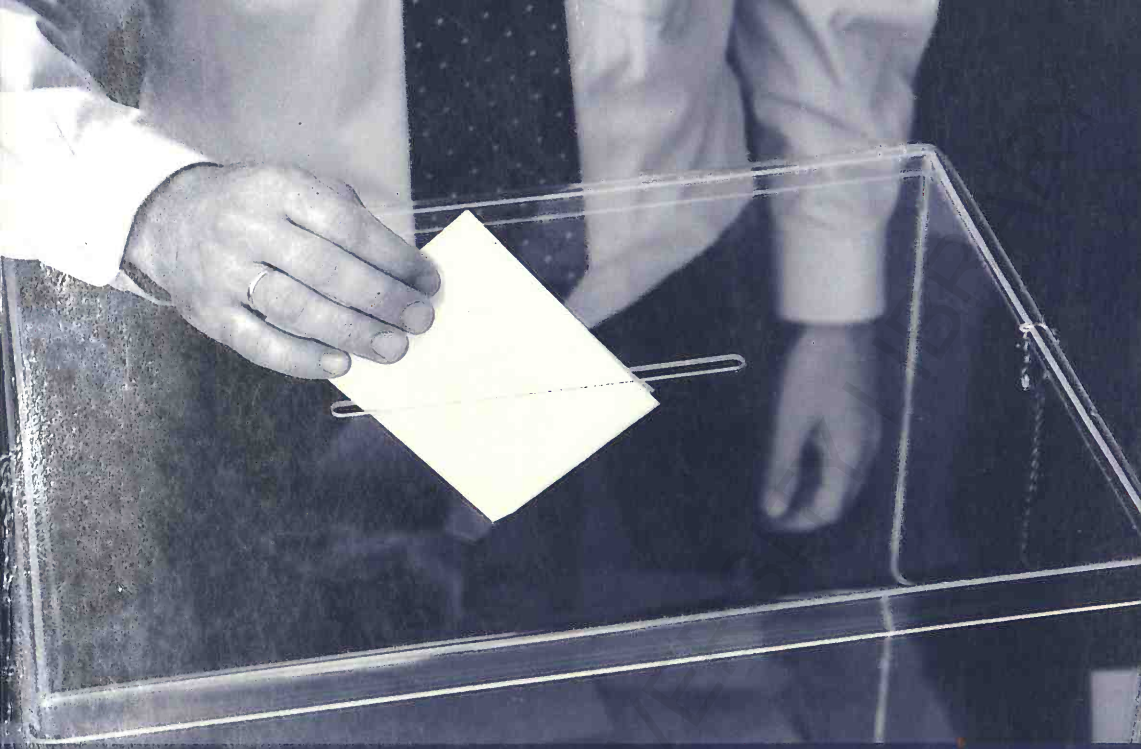


INSOMAR

Cercetări și Marketing Politic

Gheorghe Teodorescu (coord.)

ALEGERI 2008

•

Campanii, lideri și sondaje

III 298.087

POLIROM

BIBL. CENTR. UNIV.
„M. EMINESCU" IAŞI
III 298.087

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Gheorghe Teodorescu (coord.)

Alegeri 2008

Volumul I

Campanii, lideri şi sondaje

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

© 2009 by Editura POLIROM

www.polirom.ro

Editura POLIROM
Iaşi, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33, O.P. 37;
P.O. BOX 1-728, 030174

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României :

Alegeri 2008 / Gheorghe Teodorescu (coord.). – Iaşi : Polirom, 2009
2 vol.

ISBN 978-973-46-1415-8

Vol. 1 : Campanii, lideri şi sondaje. – Index. – ISBN 978-973-46-1416-5

I. Teodorescu, Gheorghe (coord.)

324(498)"2008"

Printed in ROMANIA

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

527694

INSOMAR

Cercetări și Marketing Politic

Gheorghe Teodorescu (coord.)

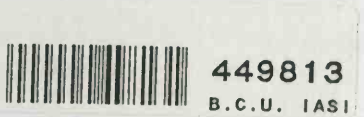
ALEGERI 2008

527718

•

Campanii, lideri și sondaje

Volum îngrijit de Vladimir Pasti



POLIROM
2009

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3.111L. 2009

Cuprins

Lista autorilor 9

Preambul la o dezbatere lipsită de constrângeri (Gheorghe Teodorescu) 11
Introducere: o cercetare ştiinţifică a electoratului (Vladimir Pasti) 17

Partea I. Contextul

Evoluţiile economice şi sociale în perioada 2005-2008 şi impactul lor politic (Dan Ion Gherguţ) 25
Introducere 25
O scurtă trecere în revistă a contextului politico-economic din perioada 2001-2004 26
Instrumente de evaluare a rezultatelor guvernării: criteriile de convergenţă economică ale Tratatului de la Maastricht 29
Indicatori macroeconomici 35
Indicatori sociali 45
Concluzii 51
Bibliografie 54
Evoluţiile şi implicaţiile politice ale perioadei 2005-2008 (Emil Târâlă) 55
Putere şi opoziţie 56
Coabitarea – o premieră 60
De la un preşedinte pentru liniştea unora la un preşedinte pentru neliniştea tuturor 62
Reorientări ideologice 65
Slaba racordare la viaţa politică europeană 69
Concluzii 71
Bibliografie 72
Percepţii sociale în perioada preelectorală (Emil Târâlă) 73
„Starea de spirit" la debutul anului electoral 2008 74
Agenda publică în anul 2008 77
Încrederea în instituţii 82
Cunoaşterea sistemului de vot 85
Orientări ideologice în preajma alegerilor 86
Bibliografie 90
Particularităţile anului electoral 2008: „votul uninominal" şi accentuarea absenteismului (Cosmin Andrei Artimof) 91
Introducere 91
Particularităţile sistemului electoral 93

BCU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Analiza efectelor sistemului electoral mixt proporţional 94
Poziţia de atribuire a mandatelor 95
Disproporţionalitatea sistemică 97
Competitivitatea sistemului de partide 103
Concluzii 108
Anexa 1. Poziţia de alocare a mandatelor 109
Anexa 2. Cota voturilor şi a mandatelor obţinute de partide în perioada 1990-2008 110
Anexa 3. Calculul disproporţionalităţii sistemice 111
Bibliografie 111

Partea a II-a. Campaniile electorale

Campania electorală 2008 – o radiografie a strategiilor discursive (Simion Ilie) 115
Introducere 115
Principalele implicaţii ale „votului uninominal" 116
Un model teoretic de înţelegere a strategiilor discursive din câmpul politic 124
Construirea strategiilor principalelor trei partide 138
Concluzii 147
Bibliografie 149

Partide şi electorat în 2008: deplasări de voturi (Georgiana Ivan, Claudiu Ivan) 151
Introducere 151
Electoratul din 2004 comparativ cu cel din 2008 152
Profilul electoratelor PD-L, PSD şi PNL: dinamică 2005-2008 158
Concluzii 166
Anexa 1 168
Bibliografie 169

Factori cu incidenţă asupra votului (Gheorghe Teodorescu) 171
Votul uninominal – test sau soluţie la problema reformei clasei politice? 171
Mecanismul selecţiei, recrutării şi promovării candidaţilor 173
Partidul, un referent circumstanţial al orientării opţiunilor de vot 176
Nivelul competenţei politice 179
Influenţa administraţiei publice locale asupra votului 181
Contextul politic al alegerilor 182
Consideraţii finale 185
Bibliografie 187

Criza financiar-economică şi alegerile parlamentare din 2008 (Irina Velicu) 189
Introducere 189
Volatilitate şi vot – comportamente electorale în zona postcomunistă 191
Semnale de criză şi reacţii politice în perioada septembrie-noiembrie 2008 193
Sondaje şi rezultate electorale 196
În loc de concluzii 202
Bibliografie 203

Mass-media şi alegerile din România anului 2008 (Raluca Iordănescu) 205
Importanţa mass-mediei ca sursă de informare politică şi electorală 205
Televiziunea şi radioul 207
Presa scrisă 209
Agenda publică *versus* agenda presei 211
Concluzii 214
Bibliografie 215
Absenteism electoral în România (Claudiu Ivan) 217
Introducere 217
Decizia de participare la vot – abordări teoretice complementare 218
Date şi metodologie 220
Absenteismul, o metodă rafinată de estimare pe date de sondaj 224
Efectele absenteismului asupra rezultatelor scrutinului 226
Variaţia supraestimării participării la scrutin 228
În loc de concluzie 232
Anexa 1. Cu candidatul cărui partid intenţionaţi/aţi fi înclinat să votaţi la alegerile parlamentare din această toamnă? 234
Bibliografie 235
Sorin Oprescu şi confruntarea personajelor politice (Vladimir Pasti) 237
Avem nevoie de o explicaţie 238
Prima explicaţie falsă: charisma şi caracteristicile personale 239
Teoria personajului politic 241
A doua explicaţie falsă: independenţa lui Sorin Oprescu 247
Personajele politice ale alegerilor locale 249
Personajele politice ale alegerilor din 2008 258

Partea a III-a. Disputa sondajelor

Precizia în sondaje. Ce este rezonabil să aşteptăm de la sondajele în teren? (Cecilia Zavaleche) 265
Bibliografie 275
CATI: virtuţile, slăbiciunile şi dificultăţile sondajelor telefonice (*Dan Ion Gherguţ*) 277
Ce este şi ce înseamnă CATI? 277
Câteva caracteristici generale 279
Ce recomandă utilizarea metodei CATI? 281
Avantajele metodei CATI 282
Concluzii 288
Bibliografie 289
Aspecte ale cercetării calitative în context electoral (Alina Ailincăi, Alina Manole, Mihai Vintilă Mihăilescu) 291
Cazul special al moderării focus-grupurilor politico-electorale 291
Cercetarea calitativă *versus* „votul uninominal" 296
Bibliografie 301

Partea a IV-a. Urmările alegerilor din 2008

Implicaţiile politice ale alegerilor din 2008 asupra partidelor şi guvernării (Răzvan Deşliu) 305
Alegătorul român, o „resursă" tot mai costisitoare 305
Construirea identităţii politice a partidelor româneşti 308
Mizele noului sistem electoral 311
Experimentul „marii coaliţii" 313
Posibile evoluţii politice postelectorale 315
Bibliografie 320
Proiecţii electorale pentru 2009 (Iosif Boda) 323
Despre condiţia prognozelor în spaţiul public 323
Coaliţia PD-L – PSD: „visul" preşedintelui Traian Băsescu? 325
Momente electorale în anul 2009 327
Alegerile europarlamentare 331
Alegerile prezidenţiale 332
Criza politicii după alegerile din 2008 (Vladimir Pasti) 335
Componentele crizei politice 337
„Ruptura" dintre elita politică şi populaţie 337
Diminuarea opţiunilor politice 341
Eşecul partidelor noi 342
Imposibilitatea victoriei 344
Eşecul soluţiilor încercate 345
Conţinutul crizei politice 350

Anexe

Anexa I. Rezultatele oficiale ale alegerilor parlamentare din 2008 357
Anexa II. Rezultatele sondajului preelectoral INSOMAR 367
Anexa III. Rezultatele exit-pollurilor INSOMAR 375
Index 385

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Lista autorilor

Gheorghe Teodorescu (coordonator), sociolog, profesor la Universitatea „Al.I. Cuza" din Iaşi, preşedinte al INSOMAR – CMP.

Vladimir Pasti, sociolog, profesor la SNSPA Bucureşti, director al Departamentului de Strategii şi Analiză Politică al INSOMAR – CMP.

Alina-Andreia Ailincăi, sociolog, cercetător ştiinţific al Departamentului de Cercetări Calitative al INSOMAR – CMP.

Cosmin Andrei Artimof, politolog, cercetător ştiinţific al Departamentului de Strategii şi Analiză Politică al INSOMAR – CMP.

Răzvan Deşliu, politolog, cercetător ştiinţific al Departamentului de Strategii şi Analiză Politică al INSOMAR – CMP.

Dan Ion Gherguţ, doctor în economie, director al Departamentului de Modelare şi Analiză Social-economică al INSOMAR – CMP.

Simion Ilie, master în ştiinţele informaţiei şi comunicării (Toulouse), şeful Departamentului de Comunicare şi Analiză Media al INSOMAR – CMP.

Raluca Iordănescu, politolog, master în politici publice şi integrare europeană, cercetător ştiinţific al Departamentului de Comunicare şi Analiză Media al INSOMAR – CMP.

Claudiu Ivan, sociolog, master în comunicare şi opinie publică (Universitatea Bucureşti) şi în politici sociale prin tehnici statistice avansate (Universitatea Leuven), doctorand al Universităţii Bucureşti, cercetător ştiinţific al Departamentului de Cercetări Cantitative al INSOMAR – CMP.

Georgiana Ivan, sociolog, doctorand al Universităţii Bucureşti, cercetător ştiinţific al Departamentului de Cercetări Cantitative al INSOMAR – CMP.

Mihai Vintilă Mihăilescu, sociolog, master în antropologie, cercetător ştiinţific al Departamentului de Cercetări Calitative al INSOMAR – CMP.

Emil Târâlă, politolog, expert în domeniul transparenţei publice, cercetări sociale şi diagnoză instituţională din cadrul Guvernului României, cercetător ştiinţific al Departamentului de Strategii şi Analiză Politică al INSOMAR – CMP.

Irina Velicu, politolog, master în studii internaţionale în cadrul Universităţii Warwick, Marea Britanie (bursă Chevening – OSI), doctorand al Universităţii Hawaii-Manoa, cercetător ştiinţific al Departamentului de Strategii şi Analiză Politică al INSOMAR – CMP.

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

Cecilia Zavaleche, matematician, master în modele de decizie, risc şi prognoză, director ştiinţific de cercetare şi dezvoltare al INSOMAR.

Colaboratori

Iosif Boda, sociolog, diplomat, master în tehnici de campanie electorală la ISP-Sorbona, comentator al vieţii politice româneşti pentru Realitatea TV şi SRTV.

Alina Manole, sociolog, master în managementul afacerilor, expert proiecte PHARE, trainer, moderator de focus-grup (peste 250 de grupuri moderate şi peste 100 de interviuri), consultant al INSOMAR – CMP.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Preambul la o dezbatere lipsită de constrângeri

Gheorghe Teodorescu

În pofida multor aşteptări şi prejudecăţi, activitatea din domeniul sociologiei electorale nu are nimic miraculos în conţinutul metodelor şi tehnicilor pe care le întrebuinţează. Cu toate acestea, ele incită la dezbateri şi controverse care însufleţesc discursul politic cu precădere în perioada campaniilor de alegeri, provocând fie un soi de admiraţie amestecată cu respect, fie la fel de multă suspiciune şi contestare. Între cele două atitudini se înscrie o a treia, poate mai insidioasă decât oricare alta, care atribuie metodei statutul de simplu subterfugiu tactic ori de abilitate particulară în justificarea a aproape orice sau, şi mai exact, a aproape orice pare să iasă din perimetrul simţului comun. Or, privite din afară, rezultatele ce se obţin în cadrul unei cercetări pot apărea pentru unii ca fiind deosebit de spectaculoase, în timp ce pentru alţii frizează un pedant expozeu tehnic despre adevăruri electorale relative. Şi într-un caz, şi în altul, sursa mitologiilor sau a defetismelor ce invadează spaţiul public o constituie fie excesiva reţinere a celor chemaţi să expliciteze în mod pertinent unele aspecte ale cercetării mai dificil de înţeles de către nespecialişti, fie o supradoză de infatuare a unor personaje – aproape mereu aceleaşi –, care inundă obositor universul media cu informaţii despre campanii, lideri şi sondaje, chiar dacă nu dispun de argumentele profesionale necesare pentru a le analiza şi interpreta.

Ca atare, prezentul demers publicistic se constituie într-o invitaţie adresată deopotrivă celor entuziaşti şi curioşi să pătrundă în culisele cercetării politicii, dar şi celor pesimişti sau incorigibil suspicioşi faţă de relevanţa oricărei întreprinderi de acest gen. Ceea ce li se oferă şi unora, şi altora este un itinerar lipsit de ostentaţie printre meandrele cunoaşterii sistematice a conduitei alegătorilor şi strategiilor discursive ale candidaţilor în cele două campanii ale lui 2008. La capătul acestuia se

BCU "LUCIAN BLAGA" UNIVERSITY LIBRARY

va vedea că, în realitate, nimic ocult, ezoteric ori ieşit din comun nu se întâmplă în universul discret al cercetării sau nimic altceva decât o muncă stăruitoare, pertinentă şi creativă, care fascinează prin însuşi faptul de a izbândi acolo unde apar mai multe impedimente în calea cunoaşterii. Un demers laborios care nu înseamnă totuşi monotonie, inerţie ori rutină profesională, chiar dacă uneori presupune o atentă şi migăloasă documentare în bibliotecă, pe internet ori pe teren. În această privinţă, pasiunea cercetătorului de a explora noi valenţe ale comportamentului electoral constituie un capital esenţial fără de care orice referinţă la competenţă şi profesionalism devine lipsită de conţinut.

Din acest motiv, nota uşor polemică a argumentării ce intervine în construcţia unora dintre explicaţiile şi interpretările date faptelor de către autorii studiilor incluse în cele două volume reflectă o respingere pe măsură a amatorismului şi a impostur ii disimulate în morga căutat responsabilă a nenumăraţi specialişti în „datul cu părerea". Pentru aceştia din urmă, flerul şi intuiţia reprezintă alternativa firească la orice ţine de metodă, din considerentul lipsei sale de supleţe în surprinderea unei realităţi presupus mai complicate şi mai încărcate de sensuri latente cu ajutorul unor instrumente conceptuale mult prea rigide.

Aşa se face că refractarii la metodă vor tinde să impună principiul unei aşa-zise „experienţe" în judecarea fenomenelor şi proceselor ce aparţin vieţii politice în general şi a celei electorale în mod deosebit. În accepţiunea lor, tot ceea ce ţine de latura deontică a cercetării va fi sursa perpetuă a blocării accesului la o înţelegere adecvată a noilor contexte politice, un mod impropriu de a înghesui faptele în structuri predefinite de analiză şi clarificare a semnificaţiilor, motivaţiilor sau intereselor care animă partidele, candidaţii şi alegătorii.

Paradigmele, teoriile, modelele explicative îşi diminuează astfel însemnătatea în faţa subtilităţii scenariilor bazate pe asocieri şi speculaţii, chiar în absenţa oricărui suport empiric. Nu întâmplător, cei care sunt dispuşi să le ignore valoarea practică în desluşirea resorturilor mai puţin vizibile ale vieţii politice româneşti vor fi aceiaşi care consideră informaţiile de culise, jocurile de cancelarie, declaraţiile publice întâmplătoare ale unui lider sau vreun comentariu oarecare aruncat într-un colţ de pagină dintr-un anumit jurnal drept semne investite cu înţelesuri ce depăşesc în valoare date şi informaţii dobândite în urma unor analize ştiinţifice, întemeiate pe serii de timp ori generate de corelaţii, regresii şi modele de simulare a realităţii electorale realizate în cadrul unei cercetări nu atât rigide, cât mai degrabă riguroase.

În această privinţă, se impune precizarea că orice pledoarie în favoarea rigorii unui demers ştiinţific revine inevitabil la consideraţii de ordin metodologic şi epistemic. În fond, acestea au acompaniat dintotdeauna cercetarea socialului, reactualizând aproape de fiecare dată vechi dispute între nomotetic şi idiografic în sfera ştiinţelor

socioumane. Iar, întrucât nici o campanie electorală nu seamănă întru totul cu alta, antrenând de fiecare dată circumstanţe şi dimensiuni inedite, nu de puţine ori, cadrul cercetării interdisciplinare tinde să relativizeze vechi dogme ale sociologiei clasice pentru a impune noi modele explicative de o supleţe şi adecvare la contexte infinit mai nuanţate ale realităţii politice. Din acest punct de vedere, norma explicării socialului numai prin social nu implică şi faptul că politicul se explică numai prin politic, eliminând astfel din suma argumentărilor cauzale resurse explicative provenite din orizonturi teoretice dintre cele mai diverse. Iar dacă aşa stau lucrurile, la câtă rigoare şi toleranţă metodică poate aspira sociologia politică fără riscul de a trezi suspiciuni ori de a inspira aprige contestări?

Direct sau indirect, un răspuns la această întrebare este conţinut în textele ce alcătuiesc substanţa unor studii bazate pe o intensă documentare şi o sistematică observare a comportamentului instituţiilor şi liderilor politici, a actorilor mediatici şi a alegătorilor pe parcursul unui an electoral deosebit de frământat. Nu înseamnă însă că, procedând astfel, vor dispărea şi criticile la adresa celor care îşi asumă misiunea de a face inteligibile, transparente şi lipsite de echivoc situaţii, procese şi atitudini apărute în câmpul înfruntărilor politice şi electorale. Dimpotrivă, atât timp cât politica reuşeşte să acapareze atenţia opiniei publice, chiar dacă fără a se face şi îndrăgită pe măsură –, dezbaterea în jurul candidaţilor şi programelor afişate în perioada campaniilor electorale va naşte de fiecare dată polemici şi contestări aprinse.

Iar judecata critică vine nu doar din partea unor varii specii de judecători ad-hoc ai rezultatelor de cercetare şi nu obiectivează doar suspiciunile constante ale mediilor politic şi jurnalistic, dar are de întâmpinat şi suficiente obiecţii din partea unor exponenţi ai mediului academic, fie că aceştia sunt sau nu îndreptăţiţi de experienţe practice pe măsura prestigiului ştiinţific invocat. În sine, aceste critici nici nu ar constitui un fapt deranjant, dacă s-ar realiza sub condiţia onestităţii şi autorităţii probatorii a celor care o fac. Situaţia devine însă cu adevărat inconfortabilă abia atunci când strategia contestării se rezumă la o formulă dezarmant de laconică: „noi nu ne pricepem, dar ştim sigur că aţi greşit!".

În faţa unei asemenea replieri retorice, rămân prea puţine lucruri de comentat. Poate doar faptul că, din moment ce rolul metodei în cercetare este astfel minimalizat, cea dintâi consecinţă priveşte creşterea probabilităţii de a greşi în corecta evaluare a faptelor, mărind astfel riscul de a interpreta eronat situaţii aparent paradoxale generate de observaţii superficiale asupra realităţii electorale. Or, împrejurări de acest gen survin deseori în timpul campaniilor de alegeri şi în momente de intensificare a competiţiei dintre actorii vieţii politice. Unul dintre acestea s-a petrecut chiar după scrutinul de la „localele" din 2004. Atunci, nu doar presa, ci şi o parte dintre comentatorii ocazionali ai vieţii politice avansau ideea unor pierderi semnificative de

poziţii în teritoriu ale unui partid în raport cu precedentele alegeri din 2000, respectiv atunci când aceleiaşi formaţiuni politice i se recunoscuse un succes electoral incontestabil. Mai mult decât atât, chiar o bună parte dintre militanţii respectivului partid asumaseră ca pe o înfrângere rezultatele scrutinului de la „localele" din 2004. În aceste condiţii, un studiu metodic de geografie electorală realizat în cadrul Institutului a condus la constatarea unei situaţii complet diferite, rezultând că, prin comparare cu cele petrecute la scrutinul „localelor" din 2000, numărul mandatelor câştigate la localele din 2004 era sensibil mai mare, invalidând astfel o percepţie verosimilă, dar nu veridică.

Dintr-o perspectivă similară, nu de puţine ori, calificarea unui comportament drept bun sau rău, moral sau imoral, just ori injust nu depinde atât de natura sa, cât de adecvarea acestuia la valorile sistemului de interese, luat ca termen de referinţă al cercetării. Mai mult, în afara conduitelor explicit ascunse ce se înscriu în logica diverselor strategii de ocultare a mizelor reale ale acţiunii subiective, pot fi menţionate cele intens convenţionalizate şi ritualizate simbolic, care contrastează uneori evident cu intenţionalitatea enunţurilor formulate la nivel de grup ori comunitate. Pe acestea, unii cercetători le-au inclus în categoria aşa-numitelor „adaptări secundare" sau cu „miză adiacentă", susceptibile să genereze forme „transversale" de integrare socială şi mai ales politică. Cum se întâmplă în asemenea situaţii, prin efecte de „ricoşeu" s-a ajuns ca anumite conduite şi atitudini disimulate pe un anumit plan să constituie semnale ale afirmării lor pe un alt plan sau – aşa cum anul electoral 2008 a demonstrat din plin – absenteismul la urne ridicat a coincis cu o respingere masivă a politicului de către alegători.

Astfel de împrejurări nu sunt nici puţine, nici lămurite întotdeauna corespunzător de numărul, totuşi redus, al studiilor dedicate campaniilor de alegeri şi morfologiei comportamentelor electorale. Oricât de sistematic şi de bună-credinţă ar fi, un inventar nu poate reţine decât insuficiente titluri apărute în literatura de specialitate de după 1990, fapt care i-a pus de fiecare dată în dificultate pe cercetători prin precaritatea fondului informaţional aflat la dispoziţie[1]. Or, fundamentele corporatiste

1. Deşi s-au publicat numeroase studii de sociologie şi marketing politic, ceea ce surprinde totuşi este raritatea studiilor dedicate în mod explicit analizei scrutinelor şi proceselor electorale de după 1990: I. Drăgan (coord.), *Construcţia simbolică a câmpului electoral* (Institutul European, 1998); A. Bulai, *Mecanismele electorale ale societăţii româneşti* (Paideia, 1999); A. Aldea, D. Chiribucă, M. Comşa, M. Kivu, B. Micu, C. Moldovan, *Sondajele de opinie. Mod de utilizare* (Paideia, 2001); B. Teodorescu, *Marketing politic şi electoral* (SNSPA, 2001); Septimiu Chelcea, Gabriel Jderu, *Preluarea datelor din sondajele de opinie publică în mass-media din*

ale INSOMAR asumă programatic o relaţie organică între mediul cercetării private şi cel academic, nu doar prin interesul acordat inovării teoriilor şi metodologiilor din domeniile sociologic şi de marketing politic, dar mai ales prin menţinerea unei legături active cu instituţiile universitare în care predau ori se desăvârşesc profesional membrii colectivului său de cercetători. Însuşi faptul de a promova o colaborare intensă cu specialişti recunoscuţi din ţară şi din străinătate la realizarea propriilor proiecte de cercetare constituie proba preţuirii şi încrederii în şansele sporite de succes ale cooperării inter- şi multidisciplinare, aşa cum se confirmă şi în cel de-al doilea volum al acestei lucrări.

Participând activ la congrese, simpozioane ori colocvii ştiinţifice naţionale şi internaţionale, toţi aceştia au semnalat nu o dată insuficienţa suportului documentar privind problematica schimbărilor social-politice şi economice petrecute timp de două decenii în societatea românească. Nu rezultă însă că studiile reunite în cele două volume vor reuşi să rezolve problema sau nu definitiv şi nu în totalitate, fără ca aceasta să însemne totuşi o renunţare *ab initio* la realizarea scopului pe care şi l-au propus autorii săi. În intenţie – şi sperăm că şi prin consecinţe –, aceştia şi-au impus un demers disciplinat în urma căruia cunoaşterea şi experienţa acumulate să adauge un reper semnificativ pe tabloul elementelor electorale care definesc peisajul politic autohton.

Stimulaţi de imboldul venit din partea unei echipe tinere şi extrem de intrepide de jurnalişti dispuşi să dea măsura talentului lor în cadrul unui post de televiziune cu o ascensiune deosebit de spectaculoasă pe piaţa mediatică românească, cercetătorii de la INSOMAR au făcut din parteneriatul cu Realitatea TV un pariu ambiţios cu virtuţile sociologiei şi statisticii electorale. Lipsite de o astfel de oportunitate, studiile realizate de colectivul de cercetători al Institutului ar fi fost cu siguranţă mai sărace în recunoaşterea publică de care se bucură în prezent.

Merită subliniată colaborarea exemplară pe care Institutul o are dintotdeauna, iar în 2008 cu precădere, cu cadrele didactice şi cercetătorii celor mai importante centre universitare ale ţării, implicate în mod activ în realizarea cu succes a exit-pollurilor şi nu numai. În această privinţă, a fost impresionant entuziasmul studenţilor din facultăţile de profil de a participa în calitate de operatori de teren sau telefonici la operaţiunile de culegere şi stocare a datelor în zilele de scrutin electoral. Deplasarea la secţiile de vot aflate în oraşe, dar mai ales în satele incluse în eşantion, pasiunea

---

România în anul electoral 2004: incorectitudine, subiectivitate şi ambiguitate; M. Comşa, „Rată de participare, supraraportare şi predicţii electorale"; C. Coman, „Sondajul de opinie şi manipularea" (*Sociologie Românească*, vol. II/2, 2004); T. Rotariu, M. Comşa (coord.), *Alegerile generale 2004. O perspectivă sociologică* (Eikon, 2005).

şi stăruinţa acestor tineri de a aplica chestionare din primele momente ale votării şi până seara târziu, la închiderea urnelor, merită aprecierea noastră. Coordonaţi şi îndrumaţi îndeaproape de corpul didactic al universităţilor din Iaşi, Bucureşti, Cluj, Craiova, Constanţa etc., studenţii au asigurat suportul logistic şi uman extrem de util al cercetării comportamentului alegătorilor şi, implicit, al estimaţiilor asupra rezultatului final al sondajului la urne. În acelaşi timp, nu o dată am avut prilejul să constat mândria lor de a prezenta în curricula profesională experienţa acumulată în calitate de colaboratori ai Institutului şi de participanţi direcţi la momentele de maxim interes ale procesului electoral.

Dintr-o astfel de perspectivă, după un deceniu de activitate constant îndreptată spre îmbogăţirea propriei curricule ştiinţifice şi profesionale, INSOMAR aşază pe traiectoria devenirii sale instituţionale un moment de însemnătate aparte, constând într-un proiect publicistic pus la dispoziţia celor interesaţi să afle mai mult despre ceea ce s-a petrecut la urne în primul an de după intrarea României în Uniunea Europeană. Premisa acestei încercări ia în calcul posibilitatea că, la fel ca în orice alt domeniu al realităţii trăite, politica este deplin şi necesar compatibilă cu o investigare atentă, sistematică şi contrafactuală a instituţiilor, comportamentelor şi acţiunilor care-i definesc domeniul de relevanţă în câmpul ştiinţelor despre societate.

Această constatare ne îndeamnă să sperăm, odată în plus, că la cursuri ori seminare, manifestări ştiinţifice ori dezbateri publice de interes civic mai larg, analizele, histogramele, tabelele şi graficele care populează paginile lucrării pot asigura cadrul unor interpretări adecvate, legitime şi oricând valabile, întreprinse nu doar de către studenţi, masteranzi, doctoranzi şi cadre didactice, dar în egală măsură de jurnalişti, politicieni şi comentatori ai realităţilor româneşti în derulare.

Condiţia ca un asemenea proiect să izbândească implică şi o capacitate pe măsură de a comunica în termeni accesibili concluziile ori rezultatele la care parvine, reuşind să se adreseze nu doar celor care deţin cheia mijloacelor de exprimare tehnică între specialişti, ci şi celor pentru care politica reprezintă o preocupare în afara cadrului instituţional. Altminteri, orice şansă de a transmite ori de a înţelege în mod adecvat conţinutul faptelor întreprinse de actorii politici poate fi compromisă, perpetuând frustrările unora şi dezamăgirile celorlalţi. În situaţia în care şi acest ultim impediment va fi fost depăşit prin merituosul demers al autorilor lucrării, există suficiente argumente pentru a spera într-un succes publicistic „la înălţime".

Introducere: o cercetare ştiinţifică a electoratului

Vladimir Pasti

Rar a avut politica românească mai multă nevoie de cercetare ştiinţifică decât în această perioadă marcată de incertitudine şi instabilitate globală. Aceasta deoarece schimbarea perpetuă a societăţii româneşti – greu de considerat o „posttranziţie" – se desfăşoară în ritm accelerat, însă transformările care au loc nu sunt neapărat cele pe care şi le-a propus clasa politică a societăţii şi uneori nici populaţia. Iar condiţia *necesară* a creşterii rolului cercetării ştiinţifice, pe lângă decizia şi activitatea politică, începe să fie tot mai mult însoţită de condiţia *suficientă* a realizării de către lideri şi instituţii politice a nevoii de cunoaştere ştiinţifică a propriei activităţi şi a societăţii pe care încearcă să o gestioneze.

În ceea ce priveşte rolul ştiinţei în raport cu politica, tendinţa care are cele mai mari şanse să se impună este cea a unui apel tot mai susţinut la cercetarea politicii. Este o cerinţă relativ nouă. Căci, în primii ani ai tranziţiei, cei mai dificili şi totodată cei în care s-au luat şi s-au aplicat deciziile strategice ale transformării postcomuniste a României, cercetarea românească a politicii autohtone a fost minimală, iar utilizarea ei a depăşit rareori stadiul ilustrării cvasiştiinţifice a ideologiilor aflate în competiţie. Aproape nici una dintre marile decizii ale perioadei de tranziţie nu a fost luată pornind de la sau utilizând rezultate ale cercetării ştiinţifice, ci prin simpla negociere politică a unor realităţi conjuncturale. Sistemul instituţiilor politice ale statului român, care a alcătuit actuala republică semiprezidenţială şi care s-a dovedit atât de puţin funcţional în situaţii de criză (ca în 1999) sau de conflict interinstituţional (2007), nu a fost construit pornind de la analiza ştiinţifică a relaţiilor din cadrul sistemului, ci de la interesele de

moment ale partidelor politice de atunci şi chiar de la interesele unor personalităţi politice ale timpului respectiv. Modul de alcătuire a legislaţiei electorale a fost atât de intuitiv şi atât de puţin slujit de cercetarea politică, încât fiecare an electoral s-a desfăşurat în condiţiile unei alte legi electorale. Modificarea legii electorale în pragul fiecăror noi alegeri a devenit astfel o tradiţie a politicii româneşti, dar este evident că o asemenea tradiţie nu poate fi păstrată la nesfârşit. Tot în acest domeniu găsim şi cele mai spectaculoase erori politice care au ca sursă tocmai indiferenţa politicii faţă de cercetare. De exemplu, stabilirea, în preajma alegerilor electorale din 2000, a unui prag electoral pentru alianţele politice de 9% tocmai de către o majoritate parlamentară care intenţiona să candideze într-o asemenea alianţă a condus la neintrarea în Parlament a PNŢCD, principalul partid al guvernării 1997-2000.

Totuşi, şi în această perioadă, cercetarea ştiinţifică a politicii a avut rolul ei, chiar dacă unul marginal. Cele două produse ale cercetării politicii care au avut succes au fost, în primul rând, exit-pollul, introdus încă de la primele alegeri, din mai 1990, iar în al doilea rând, sondajul preelectoral. Principalele funcţii ale exit-pollului au fost, atunci ca şi acum, de a legitima rezultatul alegerilor printr-un minim control independent şi, pe de altă parte, de a împiedica fraudarea pe scară largă a acestuia. Principalele sarcini ale sondajelor preelectorale, care au început să fie realizate sistematic din 1992, au fost în primul rând de a le indica actorilor politici la ce rezultate este rezonabil să se aştepte şi, în al doilea rând, de a le sugera spre ce categorii de electorat trebuie să-şi concentreze atenţia în cazul în care doresc să-şi îmbunătăţească susţinerea electorală. Iată un domeniu în care cercetarea ştiinţifică a politicii intră în conflict direct atât cu intuiţia, cât mai ales cu dorinţele politicienilor. Un studiu realizat în deceniul trecut arată că, pe măsură ce data alegerilor se apropie, diferenţa dintre estimările liderilor politici cu privire la rezultatul alegerilor şi estimările rezultate din sondajele preelectorale are tendinţa să crească, uneori exponenţial, în vreme ce diferenţa dintre estimările sondajelor şi rezultatul oficial al numărării voturilor valide tinde să scadă[1]. În treacăt fie spus, estimările populaţiei cu privire la rezultatele alegerilor se dovedeau a fi, cel puţin în timpul campaniei electorale, mai apropiate de rezultatele sondajelor şi ale numărării oficiale a voturilor decât speranţele sau „intuiţiile" actorilor politici.

1. Studiul a fost efectuat de Fundaţia „Un viitor pentru România" în 1997, pe baza datelor culese în timpul campaniei electorale din 1996. Acesta nu a fost publicat.

Iată o situaţie critică pentru cercetarea ştiinţifică a politicii, cea în care rezultatele obţinute intră în contradicţie directă cu dorinţele şi speranţele actorilor politici. Iar această situaţie a fost principala sursă a celui mai puţin dezirabil efect: scăderea încrederii clasei politice în cercetarea ştiinţifică a comportamentului politic al populaţiei, ba chiar delegitimarea acestui demers. Cu cât rezultatele cercetării erau mai puţin favorabile intereselor sau dorinţelor actorilor politici, cu atât mai mare era vehemenţa acestora în a le contesta, invocând fie lipsa de profesionalism a instituţiilor care le efectuau, fie, nemijlocit, falsificarea datelor din teren obţinute cu scopul de a manipula electoratul. Foarte atentă la declaraţiile politicienilor şi puţin pregătită să evalueze independent rezultatele cercetării politicii, mass-media a tratat la modul spectaculos aceste dispute din jurul cercetării, cu rezultatul de a diminua serios credibilitatea cercetării ştiinţifice a politicii în cea mai simplă şi mai uşor de testat componentă a sa: preferinţele electorale. Fenomenul nu este specific doar României, ci este cvasiuniversal, dar în România a dobândit dimensiuni exagerate. Ştim, din cercetările efectuate în Marea Britanie şi în Franţa, că manipularea electoratului prin intermediul sondajelor de opinie este fie imposibilă, fie nesemnificativă (sub 2% din eşantion, adică sub marginea de eroare acceptată de cele mai multe dintre cercetările de acest tip), dar acest fapt nu a influenţat în nici un fel atitudinea contestatarilor cercetărilor preelectorale.

În România, fenomenul a căpătat dimensiuni semnificative începând cu 1996[1] şi s-a accentuat pe parcurs, în ciuda faptului că atât exit-pollurile, cât şi sondajele preelectorale au început să indice scoruri din ce în ce mai apropiate de rezultatele finale ale alegerilor, ca urmare a rafinării în timp a metodelor de culegere şi prelucrare a datelor. Tocmai pentru că această contestare a cercetării ştiinţifice privind comportamentul electoral se menţine de atâta vreme, fiind încă puternică până şi în prezent, o secţiune a acestui volum este dedicată în mod special problemelor legate de cercetarea electoratului. Sperăm ca prin studiile cuprinse în această secţiune să oferim atât politicienilor activi, cât şi mass-mediei şi tuturor celor interesaţi acele cunoştinţe şi informaţii referitoare la cercetarea comportamentului electoral pe care o ignorau în momentele în care contestau fie profesionalismul, fie buna-credinţă a specialiştilor din domeniu. Ele dezvăluie, pentru prima dată în România, unui public mai larg decât cel strict de specialitate atât complexitatea metodologică şi tehnică a cercetării, cât şi problemele extrem

1. În 1996 a fost înregistrată o primă eroare semnificativă a rezultatelor exit-pollului, la primul tur al alegerilor prezidenţiale din acel an. Unul dintre exit-pollurile întreprinse atunci a indicat o ierarhie inversă a candidaţilor calificaţi în turul al doilea.

de dificile de organizare, desfăşurare şi concretizare a cercetării, cu atât mai complicate cu cât factorul timp – viteza de obţinere şi comunicare a rezultatelor – este o condiţie extrem de restrictivă, dar întotdeauna impusă cu prioritate de beneficiar. Toate acestea sunt prezentate şi comentate pe larg în volum şi vor reprezenta pentru orice cititor de bună-credinţă un puternic argument pentru a-şi reconstrui atitudinea faţă de cercetarea ştiinţifică a comportamentului electoral pe alte coordonate decât cele sugerate de criticii politici ai acesteia.

Dar cercetarea ştiinţifică a politicii înseamnă mult mai mult decât cercetarea comportamentului electoral al populaţiei, chiar dacă aceasta din urmă este, de departe, cea mai cunoscută şi mai spectaculoasă dintre toate componentele cercetării politicii. Nu este însă neapărat şi cea mai bogată în consecinţe. Iar unul dintre obiectivele principale ale publicării acestui prim volum referitor la alegerile din 2008 este tocmai de a argumenta atât oamenilor politici, partidelor şi oricăror altor instituţii implicate în activitatea politică, cât şi opiniei publice că cercetarea politicii este un domeniu extrem de complex şi bogat, ale cărui posibilităţi au fost până acum prea puţin utilizate, din păcate, de către actorii politicii româneşti şi chiar de către public. Exit-pollul şi sondajele preelectorale s-au impus ca practici inevitabile atât ale campaniilor electorale, cât şi ale supravegherii alegerilor, indiferent de vehemenţa contestării lor. Alte componente ale cercetării politice au fost ignorate într-o măsură şi mai mare. Explicabil, dar nejustificat şi spre paguba deopotrivă a actorilor politici şi a întregii societăţi.

Politica nu pluteşte deasupra societăţii precum mormântul lui Mahomed deasupra lumii mundane. Dimpotrivă, ea este strâns legată de coordonatele economice, sociale şi culturale ale unei societăţi, iar evoluţia acestora influenţează puternic conţinutul politicii, relaţiile dintre principalii actori politici – partide, lideri, asociaţii, organizaţii civice, grupuri de presiune etc. – şi comportamentele politice ale populaţiei, organizate sau nu. Stabilirea relaţiilor dintre economie, societate, cultură şi politică este una dintre abilităţile cercetării politicii cele mai bogate în consecinţe. Ea permite nu doar identificarea bazelor sociale şi economico-culturale ale partidelor şi ale altor actori politici, dar poate constitui şi fundamentul unor modele sociopolitice complexe, pe baza cărora pot fi estimate atât efectele propunerilor şi programelor politice electorale, cât şi cele ale politicilor guvernamentale. Administraţia modernă utilizează deja aşa-numitele „studii de impact", devenite practică curentă în Uniunea Europeană şi încercate şi în România în ultimul deceniu, dar studierea ştiinţifică a relaţiei dintre politică şi societate este mult mai complexă şi mai bogată în consecinţe. Tocmai pentru a releva importanţa acestei direcţii de cercetare, volumul de faţă începe cu o secţiune destinată

studierii contextului politicii actuale. Se analizează în paralel evoluţiile economice şi sociale din perioada preelectorală, cele ale principalilor actori politici, ale comportamentului politic al populaţiei şi impactul unor schimbări instituţionale politice majore asupra întregului sistem. Ignorarea acestui tip de cercetare a politicii tocmai de către actorii politicii româneşti este probabil principala sursă a dezamăgirii generale pe care au adus-o alegerile din 2008. Una dintre principalele probleme politice ale perioadei 2005-2008 asumată de toate partidele parlamentare a fost aşa-numita „reformă" a clasei politice, prin care fiecare partid înţelegea, evident, altceva, dar în privinţa căreia s-a ajuns la un acord politic referitor la metodă: trecerea de la votul pe liste la votul uninominal. O aprigă bătălie politică s-a dat în jurul acestei schimbări instituţionale şi încă una în privinţa caracteristicilor noii instituţii a alegerilor. În aceste bătălii, actorii politici au apelat la toate mijloacele posibile, de la experienţele internaţionale până la retorica demagogică. Singurul instrument pe care nu l-au folosit a fost tocmai cercetarea ştiinţifică autohtonă a realităţilor politice şi electorale autohtone. Rezultatul a fost extrem de dezamăgitor pentru politicieni, pentru civicii angajaţi în proces şi, fără îndoială, pentru mulţimea alegătorilor, care au sancţionat experimentul printr-o masivă absenţă de la vot şi un dezinteres la fel de masiv pentru campaniile electorale. Or, nu există nici o îndoială că, dacă ar fi apelat la cercetarea ştiinţifică nu doar a preferinţelor electorale, ci a politicii în ansamblu, a instituţiilor politicii – alegerile sunt o astfel de instituţie – şi a relaţiilor dintre ele, eforturile de reformare a politicii, inclusiv a clasei politice, ar fi fost mai puţin dezamăgitoare decât acum.

Campaniile electorale reprezintă, în viziunea autorilor acestui volum, sinteza abordărilor politice şi a influenţelor de toate felurile asupra politicii: actori politici şi susţinători ai acestora. Ele sunt, fără nici o îndoială, momente-cheie în politica autohtonă: momentele confruntării partidelor şi personalităţilor politice nu doar cu electoratul, ci şi cu societatea ca atare – instituţiile, tradiţiile, valorile, plusurile şi minusurile lor. Creşterea treptată a importanţei campaniilor electorale în procesul politic românesc – o dovadă incontestabilă a adâncirii democraţiei autohtone în ciuda atitudinilor pesimiste exprimate în această privinţă – este cel mai bine ilustrată de creşterea exponenţială a resurselor alocate acestora din 1992 şi până acum. Un proces care, la rândul său, are bogate şi importante consecinţe. Studiului campaniilor electorale din 2008 i se acordă un spaţiu generos în acest volum, acoperind o problematică ce se întinde de la analiza strategiilor electorale

până la analiza eficienţei relative a diferitelor tehnici de campanie şi studii de caz, în speranţa că persoanele interesate vor învăţa din experienţa alegerilor deja desfăşurate şi că procesul electoral va beneficia în viitor de o creştere calitativă, de altfel necesară.

Ultima parte a volumului, dar în nici un caz ultima dintre priorităţile cercetării ştiinţifice a politicii, a fost rezervată analizei politice. Analiza politică este una dintre cele mai puternice tehnici de investigare a politicii, însă, în peisajul politic românesc din ultimele decenii, ea s-a depreciat profund prin comentariul politic jurnalistic, prezentat pe scară largă drept „analiză politică". Unul dintre obiectivele importante ale acestei părţi a volumului este de a ilustra diferenţa dintre „opinia despre politică", perfect legitimă şi pe larg distribuită de mass-media, şi „analiza politică", o tehnică specială, cu regulile sale epistemologice riguroase, de interpretare şi prognoză a fenomenului politic. Materialele cuprinse în ultima secţiune a volumului nu sunt „opinii", ci „analize". Dar obiectivul principal al acestei secţiuni este tocmai de a analiza politica românească în condiţiile actuale, de a-i estima perspectivele şi de a-i defini problematica, pornind de la realităţile consacrate prin rezultatele alegerilor din 2008. Este o întreprindere cu totul nouă, asumată cu curaj de INSOMAR şi care merită toată atenţia.

Toate materialele cuprinse în acest volum se bazează pe cercetări ale INSOMAR şi pe experienţa cercetătorilor acestuia. Desigur, cunoştinţele şi baza teoretică a acestora nu se limitează la experienţa într-un singur institut de cercetare, iar acest lucru este ilustrat pe deplin de vasta bibliografie utilizată. Dar experienţa INSOMAR este esenţială. Căci, poate spre deosebire de alte institute de acelaşi tip, INSOMAR a dezvoltat în timp nu doar cercetările empirice punctuale, strict orientate spre interesele de moment ale beneficiarilor, ci şi o dublă cercetare cu orientare fundamentală: pe de o parte, teoretică, iar pe de altă parte, metodologică. De aceea, materialele din acest volum nu trebuie privite doar ca rezultate ale acestor cercetări, ci, în acelaşi timp, ca o bună ilustrare a potenţialului de cercetare de care dispune institutul în acest moment. El este remarcabil prin două caracteristici: în primul rând, prin diversitatea produselor pe care le poate realiza, iar în al doilea rând, prin situarea sa în raport cu cerinţele previzibile ale politicii faţă de cercetarea politică în viitorul imediat. Politica românească va avea nevoie de mult mai multă şi mai diversificată cercetare politică decât cea utilizată până acum. Volumul de faţă este un argument în acest sens şi totodată o probă că cercetarea politicii româneşti este pregătită să facă faţă acestor cerinţe.

Partea I

Contextul

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Evoluţiile economice şi sociale în perioada 2005-2008 şi impactul lor politic

Dan Ion Gherguţ[1]

Introducere

Într-o logică a reprezentării democratice şi a responsabilităţii politice, este firesc să considerăm îndreptăţită pretenţia unui partid de a rămâne la guvernare atât timp cât rezultatele guvernării sale sunt pozitive, iar cei guvernaţi resimt aceste efecte pozitive. Articulând instrumente de comunicare şi de promovare a imaginii, guvernele încearcă să-şi demonstreze performanţele apelând la statistici oficiale, referinţe externe, exemple de acţiuni politice care au avut impact social ori economic favorabil şi, nu mai puţin important, personalităţi care să comunice aceste rezultate. Nereuşitele, inerente totuşi, sunt trecute în subsidiar, cel mult însoţite de justificări, folosind un ton de îndulcire a neîmplinirilor.

Alegerile din decembrie 2008 au fost precedate, asemenea celor anterioare, de astfel de bilanţuri cu accente preponderent pozitive, iar astăzi cunoaştem rezultatul scrutinului, care a îndepărtat de la putere Partidul Naţional Liberal şi Uniunea Democrată Maghiară din România. Electoratul nu a fost convins de performanţele Guvernului Tăriceanu, în ambele sale componenţe. Cu toate acestea, să nu uităm că nici performanţele guvernului anterior, condus de Adrian Năstase, nu au convins. Ne putem întreba, în aceste condiţii, dacă performanţele despre care vorbesc guvernele chiar există şi, dacă sunt reale, de ce opinia publică nu le

1. Le mulţumesc colaboratorilor mei, Raluca Popa şi Robert Ostahi, pentru suportul documentar oferit acestui capitol din lucrare.

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

percepe ca atare? Există şi alte rezultate de natură economică ori socială care au influenţat scorul alegerilor şi pe care guvernele omit să le prezinte opiniei publice, dar populaţia le resimte? În ce măsură putem pune modul de exprimare a votului pe seama bilanţului cantitativ al unei guvernări?

În continuare, vom încerca să trecem în revistă principalele repere economice şi sociale ale perioadei 2005-2008, într-o manieră cât mai cuprinzătoare, pentru a vedea dacă semnificaţia acestora a coincis sau nu cu opţiunile electoratului. Mai întâi, vom inventaria foarte succint „moştenirea" lăsată de Guvernul Năstase şi, în oglindă, care au fost plusurile celor două formule ale Guvernului Tăriceanu. În continuare, pornind de la un set de repere obiective, vom detalia bilanţul guvernării din perioada 2005-2008, pentru a aprecia dacă este pozitiv sau nu. În final, vom prezenta câteva concluzii asupra celor constatate.

O scurtă trecere în revistă a contextului politico-economic din perioada 2001-2004

Din perspectivă politică, în bilanţul Guvernului Năstase s-au contabilizat intrarea României în structurile Tratatului Atlanticului de Nord şi accelerarea procesului de aderare la Uniunea Europeană, în trena plutonului celor zece state care i s-au alăturat în 2004. Din punct de vedere economic, guvernul condus de Adrian Năstase a înregistrat o constantă o creştere economică, cel puţin aşa cum era reflectată în statisticile oficiale. În anul 2000, produsul intern brut (PIB) a înregistrat un avans de 2,1%, după care a urmat o serie de trei ani în care ratele de creştere s-au situat într-un interval cuprins între 5,1% şi 5,7%. Vârful a fost atins în anul 2004, când PIB-ul a înregistrat un spor de 8,3% în comparaţie cu anul anterior.

Începând cu anul 1999, rata medie lunară a inflaţiei a urmat un trend descendent până în anul 2004, care a continuat până la jumătatea anului 2007. Între 2000 şi 2004, efectivul de salariaţi s-a stabilizat la aproximativ 4,5 milioane de persoane, iar rata şomajului[1] a variat între 7% şi 8%, cu o valoare maximă de 8,6% în anul 2002. Câştigurile salariale şi veniturile s-au situat de asemenea, în general, pe un trend pozitiv, în condiţiile în care inflaţia s-a atenuat. Ca efect, rata sărăciei

1. Potrivit definiţiilor Biroului Internaţional al Muncii.

absolute s-a diminuat substanţial, iar cea a sărăciei relative, de asemenea, s-a ameliorat, precum şi discrepanţa dintre veniturile mari şi cele mici. Aşadar, în linii mari, un bilanţ pozitiv. Cu toate acestea, succesele politice şi economice, atât cât pot fi ele apreciate ca factori ce pot garanta continuitatea prezenţei la putere, nu au înclinat decisiv balanţa voturilor în favoarea Partidului Social Democrat şi a lui Adrian Năstase.

Opoziţia de la acea vreme, Alianţa DA, s-a constituit ca o alternativă „de dreapta", chiar dacă nu mai avea aceeaşi compoziţie din perioada 1996-2000. Alăturarea Partidului Democrat cu Partidul Naţional Liberal şi lansarea tandemului Theodor Stolojan – Traian Băsescu au contribuit substanţial la creşterea şanselor de câştigare a alegerilor. Imaginea lui Traian Băsescu de adversar nonconformist şi perseverent al Partidului Social Democrat şi al liderilor săi se completa cu cea a tehnocratului vertical şi integru Theodor Stolojan. Această imagine contrasta puternic cu toate calificativele atribuite Guvernului Năstase : corupţia care atingea cele mai înalte sfere ale puterii, controlul şi aservirea totală a instituţiilor statului, obstrucţionarea justiţiei, încetinirea şi chiar blocarea reformelor. Cel puţin o parte dintre ele erau argumentele chemărilor repetate la înălţarea „ţepelor" din Piaţa Victoriei.

După patru ani de guvernare marcată de tensiuni, la finele lui 2008, dreapta politică din România, conform statisticilor oficiale, a contorizat o altă serie de succese economice şi sociale : rate relativ mari de creştere a Produsului Intern Brut, continuarea procesului dezinflaţionist, stopat însă de la jumătatea anului 2007, creşterea câştigurilor salariale, a pensiilor şi a puterii de cumpărare, fluxuri mari de investiţii străine, o expansiune fără precedent a consumului. Nici inventarul politic nu ar fi tocmai lipsit de importanţă, dacă este să luăm în considerare cel puţin aderarea României la Uniunea Europeană de la 1 ianuarie 2007. După cum ne arată rezultatele ultimului scrutin electoral, se pare că istoria se repetă, pentru că şi de această dată principalul partid aflat la putere, Partidul Naţional Liberal, a pierdut guvernarea. De aici, am putea trage două concluzii.

În primul rând, devine din ce în ce mai evident faptul că percepţiile guvernanţilor asupra realităţilor continuă să difere total de cele ale guvernaţilor : primii judecă în mare măsură la scară macroeconomică şi consideră că performanţele lor sunt preponderent pozitive ; ceilalţi judecă în raport cu propria bunăstare, la scară microeconomică, şi apreciază că situaţia lor nu este substanţial mai bună decât cea pe care au cunoscut-o cu ceva timp în urmă sau decât cea pe care au avut-o sub precedentele guvernări. În al doilea rând, reperele de evaluare faptică,

obiective – atât cât pot fi obiectivate – nu sunt în mod necesar identice pentru cei aflaţi la putere, pentru cei din opoziţie şi pentru opinia publică.

Experienţa ne arată că aceleaşi statistici pot fi folosite în egală măsură pentru a aduce argumente pro sau contra performanţelor unui guvern fără prea mare dificultate. Poate tocmai din acest motiv rezultatele alegerilor arată că ceea ce se vrea evidenţiat în statistici nu coincide cu ceea ce simte şi trăieşte „cetăţeanul mediu" sau „familia medie". Barometrele de opinie publică realizate de INSOMAR indică, în medie, pentru perioada 2005-2007 o pondere superioară a celor care consideră că viaţa lor este mult mai rea decât era în urmă cu un an, în comparaţie cu a celor care afirmă că viaţa lor s-a îmbunătăţit. Raportul dintre aceste două extreme era de 2,8 la 1 în anul 2005 şi de 2,7 la 1 în anul 2006. În anul 2007, raportul dintre pesimişti şi optimişti a fost de 1,6 la 1, iar la finele lui 2008 s-a apropiat chiar de 1 la 1. Pe cine să credem atunci când fiecare parte îşi afirmă propriul adevăr? Există posibilitatea creării unui reper absolut, relevant şi credibil, faţă de care să putem articula judecăţi imparţiale şi să evaluăm faptic dacă ceea ce se întâmplă în viaţa oamenilor este bine sau rău şi, în finalul raţionamentelor noastre, să verificăm dacă există o legătură între rezultatele economice şi sociale, adică performanţele guvernării, şi rezultatele alegerilor?

Orice sistem de evaluare a performanţei este un compromis între ceea ce este cel mai bine să fie măsurat şi ceea ce se poate măsura. De exemplu, în efortul de a defini un set armonizat de indicatori statistici structurali pentru a monitoriza progresele naţionale şi pentru a comensura rezultatele obţinute de fiecare stat membru în procesul de punere în practică a obiectivelor Strategiei Lisabona, s-a căutat un echilibru între „cei mai buni indicatori de care e nevoie şi cei mai buni indicatori disponibili"[1]. Această abordare este o expresie a practicii curente de lucru în Uniunea Europeană, la nivelul instituţiilor acesteia, dar şi în cultura managerială vestică, cu noţiuni de genul *ţintelor*, *obiectivelor*, cu instrumente de monitorizare şi evaluare, definite prin standarde de performanţă cât mai clar şi mai transparent posibil. În acest mod, activităţile umane capătă un sens de raţionalitate şi de predictabilitate, se trasează responsabilităţi, ceea ce conferă un sentiment de confort şi de împlinire atunci când obiectivul este atins, iar atunci când nu este atins, pot fi identificate căile de corecţie.

În cultura românească, ideea de plan şi organizare şi-a pierdut aproape total valoarea şi semnificaţia în prima parte a anilor '90. În schimb, şi-a conservat

1. Formularea în limba engleză este *best needed and best available indicators*.

esenţa şi a căpătat valenţe concrete în mediul de afaceri. În administraţia publică a început să fie mai insistent vehiculată şi chiar impusă sub presiunea accederii în Uniunea Europeană. Acum, a opera cu strategii, programe şi planuri de acţiuni e una dintre regulile de bază, însă abilitatea administraţiei publice din România de a le traduce în instrumente concrete de conducere e un alt subiect, care necesită o tratare separată. Ceea ce dorim să evidenţiem aici este că, din ce în ce mai mult, se conştientizează importanţa instrumentelor de evaluare a performanţelor guvernării, indiferent de forma şi structura acestora. Mai mult decât atât, este extrem de important ca aceia care, pe de o parte, măsoară rezultatele şi, pe de altă parte, analizează şi interpretează rezultatele măsurătorilor să înţeleagă acelaşi lucru. Pentru a evita eventualele interpretări distorsionate, este nevoie de un sistem de referenţiere armonizat din punct de vedere conceptual şi acceptat ca atare, ca un limbaj comun, care să faciliteze evaluarea unitară a realităţii reflectate de instrumentele de măsurare. Un astfel de sistem va fi prezentat în continuare.

Instrumente de evaluare a rezultatelor guvernării: criteriile de convergenţă economică ale Tratatului de la Maastricht

Pentru a simplifica tabloul evaluării rezultatelor economice şi sociale din perioada 2005-2008, atât cât permit statisticile oficiale disponibile şi informaţiile publice existente la începutul anului 2009, vom apela, în primul rând, la *criteriile de convergenţă economică* pe care fiecare stat membru al Uniunii Europene trebuie să le îndeplinească pentru a adera la zona monetară euro. Prin obiectivitatea şi simplitatea lor, aceste criterii reuşesc să reflecte la un înalt nivel de sintetizare cât de sănătoasă este economia unei ţări şi să evite riscul utilizării partizane a statisticilor oficiale. Cu alte cuvinte, este eliminat sindromul paharului „pe jumătate plin", specific puterii politice aflate la guvernare, şi cel al paharului „pe jumătate gol", specific opoziţiei.

Pentru cetăţean însă, aceste mărimi statistice sunt prin excelenţă noţiuni abstracte. Ele nu înseamnă în mod necesar cât de mare este venitul lunar, dacă îşi poate permite costul încălzirii locuinţei, dacă se poate hrăni sănătos, dacă găseşte sau nu un loc la creşă sau la grădiniţă pentru copil, dacă pensia este sau nu îndestulătoare, dacă zona în care locuieşte este sigură sau nu, dacă se poate

deplasa fără dificultate din oraşul A în oraşul B, dacă administraţia îi poate rezolva o problemă în mod eficient, dacă legea este aplicată uniform. În final, într-o sumă aproximativ exhaustivă, toate acestea îl determină să spună dacă viaţa sa este (mai) bună sau nu decât cea de acum un an sau decât cea trăită cu un guvern sau altul la putere. De la 1 ianuarie 2007, România s-a transformat din partener în membru al Uniunii Europene. Intrarea în marea familie europeană nu a adus doar beneficii, ci şi numeroase „reguli" de ordin economic şi social, pe care ţara noastră trebuie să le respecte. Una dintre ele este legată de adoptarea monedei euro, după ce vom fi îndeplinit criteriile de la Maastricht, obligativitate pe care România şi-a asumat-o prin Tratatul de Aderare.

Din raţiuni de stabilitate economică, Tratatul de la Maastricht[1] stabileşte cinci criterii de convergenţă monetară, de a căror îndeplinire depinde accesul unei ţări în zona euro. Aceste criterii se referă la : *stabilitatea preţurilor*, *stabilitatea ratei dobânzilor pe termen lung*, *sănătatea finanţelor publice*, exprimată prin nivelul *deficitului bugetar şi al datoriei publice*, precum şi *stabilitatea ratei de schimb a monedei naţionale* în raport cu moneda unică europeană. Aceste criterii au rolul de a evita apariţia decalajelor substanţiale între statele candidate. Dintre criteriile de convergenţă, conform raportului publicat în luna mai 2008, România îndeplinea până la sfârşitul lui 2007[2] numai criteriul privind sustenabilitatea poziţiei fiscale, ce se referă la ponderea deficitului bugetar şi a datoriei publice în produsul intern brut. La capitolul nereuşite se regăsesc inflaţia, instabilitatea cursului de schimb şi nivelul dobânzilor pe termen lung. În plus, România se confruntă şi cu probleme privind deficitul extern şi deficitul balanţei de plăţi.

Primul dintre criteriile stabilite prin Tratatul de la Maastricht este cel legat de *stabilitatea preţurilor*, el luând în considerare rata anuală a inflaţiei[3]. Din a doua jumătate a anului 2007, inflaţia a revenit în centrul preocupărilor ca una dintre cele mai acute probleme ale României. De exemplu, nivelul de referinţă al inflaţiei medii anuale în 2007 la nivelul Uniunii Europene era de 2,8%, în timp

1. Semnat de Consiliul European la data de 7 februarie 1992 şi intrat în vigoare la 1 noiembrie 1993.
2. În 2008, deficitul bugetar estimat de Comisia Europeană pentru România era de 5,2% din PIB, adică mult peste limita admisă de 3%.
3. Rata anuală a inflaţiei nu trebuie să depăşească cu mai mult de 1,5 puncte procentuale nivelul mediu al celor mai bine plasate trei ţări din punctul de vedere al stabilităţii preţurilor.

ce în România nivelul acesteia era de aproximativ 6,6%, cu mult peste marja acceptabilă. Din întreaga perioadă analizată, cele mai scăzute rate anuale ale inflaţiei au fost înregistrate în anii 2006 şi 2007. Nivelul maxim al acesteia a fost atins în 2005, respectiv 8,6%, în timp ce nivelul minim, de 4,8%, a fost înregistrat în 2006 (vezi figura 1). În luna noiembrie 2008, rata medie anuală a preţurilor de consum, calculată pe baza Indicelui Armonizat al Preţurilor de Consum (IAPC), a înregistrat un avans de 7,9%.

În raportul Comisiei Europene asupra convergenţei, publicat în luna mai 2008, se precizează că România nu îndeplineşte criteriul privind stabilitatea preţurilor, anticipând o creştere a „inflaţiei IAPC" la 8% în medie la sfârşitul anului 2008 şi o scădere la aproximativ 5% în 2009, odată cu atenuarea impactului inflaţionist al preţurilor la bunurile de larg consum. Aceste anticipaţii vor fi însă destul de zdruncinate de amplificarea efectelor crizei financiare şi economice globale asupra României şi de incidentul economic dintre Rusia şi Ucraina legat de furnizarea de gaze naturale, care a căpătat o conotaţie politică profundă. În mod caracteristic stilului diplomatic şi pozitiv al instituţiilor europene, la finalul evaluării acestui criteriu se precizează că există un potenţial de convergenţă a preţurilor pe termen lung, având în vedere că preţurile din România se situează la un nivel de 57% din media europeană.

Structura economiei româneşti nu are caracteristicile necesare atenuării efectelor crizei economice, amplificată şi de sentimentul de nesiguranţă al mediului de afaceri şi al populaţiei în general. Chiar dacă semnele crizei s-au accentuat în ultimul trimestru al anului 2008, în special prin disponibilizările anunţate şi puse în practică de o serie de companii importante, închiderea temporară a altora, deprecierea mai accentuată a leului, amplificarea inflaţiei, înăsprirea condiţiilor de creditare şi prin creşterea dobânzilor la produsele de activ şi pasiv ale băncilor comerciale, sfârşitul de an nu a temperat apetenţa pentru consum a românilor. Consumul individual depăşeşte încă cu mult resursele existente, fenomen care alimentează temerile Băncii Naţionale a României că ţinta de inflaţie nu va putea fi atinsă dacă politicile economice, bugetare, fiscale şi de salarizare nu vor converge pentru redirecţionarea resurselor către economisire şi investiţii. Ca o confirmare, în ultima previziune de toamnă asupra economiei României, Comisia Europeană remarcă perspectiva încetinirii creşterii economice şi persistenţa dezechilibrelor economice, pe fondul încălzirii economiei.

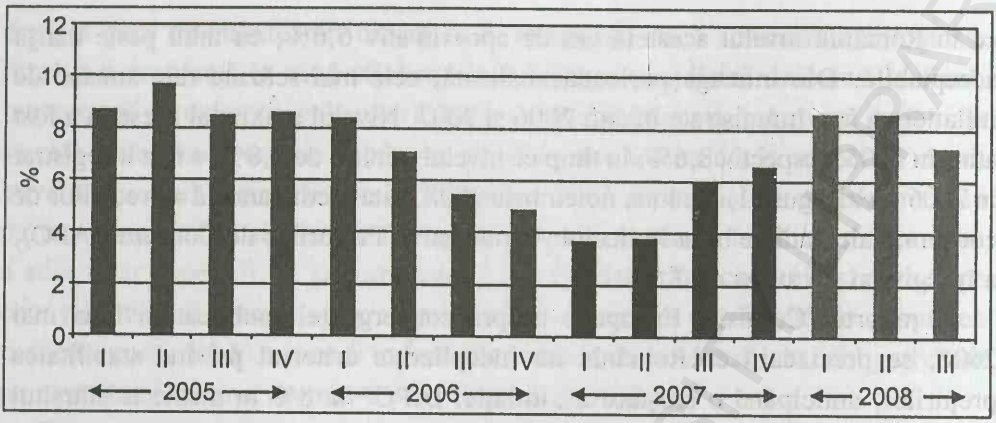


Figura 1. *Evoluţia trimestrială a ratei medii anuale a inflaţiei* (sursa datelor : *Banca Naţională a României*, Rapoarte asupra inflaţiei)

Creşterea preţurilor în trimestrul al doilea al anului 2005 a fost pusă pe seama creşterii preţurilor administrate, precum şi a alinierii nivelului accizelor la cel din Uniunea Europeană. În egală măsură, BNR atrăgea atenţia asupra creşterii veniturilor din muncă într-un ritm ce devansa sporul de productivitate, simultan cu scumpirea semnificativă a alimentelor, creşterea preţurilor materiilor prime pe pieţele internaţionale, majorarea preţurilor de import ca urmare a deprecierii leului.

În decembrie 2007, chiar şi după un sezon agricol secetos, România nu mai deţinea ultima poziţie în clasamentul inflaţiei între ţările care au aderat recent la Uniunea Europeană: România se afla pe locul 5, înaintea Bulgariei, Estoniei, Letoniei, Lituaniei şi Ungariei. Cu toate acestea, trendul încurajator din întregul an 2006 şi din prima parte a lui 2007 nu a fost de durată. Volatilitatea preţurilor produselor alimentare a menţinut o presiune constantă asupra indicelui general al preţurilor de consum. În plus, accentuarea deprecierii leului începând cu ultimul trimestru al anului 2007 şi creşterea preţului petrolului au amplificat suplimentar anticipaţiile inflaţioniste, concretizate în creşterea de la o lună la alta a preţurilor cu o rată medie de 0,5%, cu 0,1 puncte procentuale peste nivelul mediu înregistrat în anul 2006.

Potrivit Tratatului de la Maastricht, *rata dobânzii pe termen lung* nu trebuie să depăşească cu mai mult de 2 puncte procentuale ratele din cele mai performante trei state ale UE în ceea ce priveşte stabilitatea preţurilor.

În România, rata dobânzii la ultima emisiune de obligaţiuni guvernamentale pe termen de zece ani (august 2005) a fost de 7,49%, iar la ultima emisiune de

obligaţii guvernamentale pe termen de cinci ani (martie 2007) rata dobânzii a fost de 7,03%. În UE, rata medie a dobânzii a fost de 6,2%, sub nivelul înregistrat în ţara noastră. Deşi diferenţa faţă de nivelul de referinţă se află sub pragul de 2 puncte procentuale, Comisia apreciază că România nu îndeplineşte condiţiile minimale ale criteriului reprezentat de rata dobânzii pe termen lung.

Criteriul privind *deficitul bugetar consolidat*, şi anume menţinerea acestuia sub plafonul de 3% din PIB, a fost îndeplinit din 2002 până la sfârşitul celui de-al treilea trimestru al anului 2008. În perioada analizată, deficitul bugetar a înregistrat o creştere accentuată, de la 0,7% în 2005 la 2,9%[1] în 2008 (vezi tabelul 1), această relaxare fiscală contribuind la întreruperea procesului dezinflaţionist. Conform Programului de Convergenţă, Guvernul României îşi propune o scădere a deficitului bugetar până în 2011, obiectivul fiind un nivel de 0,9% din PIB. Ţintele preconizate în acest program vor fi substanţial modificate din mai multe motive. În primul rând, pentru finele anului 2008 se preliminează un deficit bugetar de 5,2%, pe fondul cheltuielilor publice mult mai mari decât veniturile la sfârşitul anului 2008, în condiţiile manifestării din ce în ce mai pregnante a crizei economice globale. În al doilea rând, previziunile de iarnă ale Comisiei Europene descriu o situaţie economică mult mai sumbră pentru România în anul 2009: creştere economică sub 2% şi un deficit bugetar de peste 7%.

La capitolul *datorie publică totală*, ţara noastră stă mai bine. În funcţie de acest criteriu, România se află pe un „onorant" loc 4 în topul ţărilor cu cele mai scăzute datorii guvernamentale din UE, în anul 2008 înregistrând 13,6% din PIB, cu mult sub limita maximă de 60%, impusă prin tratat. La finele anului 2008, potrivit Eurostat, cele mai mici rate ale datoriei guvernamentale se înregistraseră în Estonia (3,4%) şi Letonia (10%). La polul opus se află state precum Marea Britanie (42,6%), Polonia (44,5%), Albania (51,4%), Norvegia (83,1%). De-a lungul perioadei analizate, datoria publică a înregistrat o evoluţie descrescătoare, cu excepţia ultimului an, când a cunoscut o uşoară creştere. Deşi România îndeplinea criteriul situaţiei finanţelor publice, structura cheltuielilor publice nu a fost bine orientată, în comparaţie cu valorile medii europene. O pondere importantă a fost alocată cheltuielilor curente, în detrimentul celor de capital. Programarea bugetară multianuală este încă departe de a fi un instrument de management bugetar bine ancorat în practică, iar administrarea fondurilor publice este de cele mai multe ori lipsită de previzibilitate. Din perspectiva ultimelor

1. Estimare pentru România a Comisiei Europene, în *Raportul de convergenţă* din anul 2008.

evoluţii, următorul raport va consemna cu certitudine eşecul României la acest criteriu, al deficitului bugetar consolidat.

Tabelul 1. *Situaţia finanţelor publice (% din PIB)*

	2005	2006	2007	2008[1]
Deficitul bugetar	-0,7	-2,2	-2,5	-2,9
Valoarea de referinţă	3,0	-3,0	-3,0	-3,0
Datoria publică	5,8	12,4	13,0	13,6
Valoarea de referinţă	60,0	60,0	60,0	60,0

Sursa datelor: Eurostat

Aprecierea îndeplinirii criteriului *ratelor de schimb ale monedei naţionale* este mai dificilă în condiţiile în care România nu participă încă la Mecanismul Cursului de Schimb II (ERM II). ERM II reprezintă un aranjament valutar pentru statele care nu sunt membre ale zonei euro, prin care monedele acestora sunt legate numai de euro, prin stabilirea de comun acord a unui curs central şi care poate fluctua într-o bandă de ±15% faţă de cursul de referinţă. Prin urmare, nu a fost stabilit un curs central în raport cu care să poată fi apreciată încadrarea fluctuaţiilor cursului într-o bandă de ±15%.

Banca Naţională a României a prezentat la începutul anului 2007, imediat după aderarea la UE, programul de adoptare a monedei europene. Acesta îşi propune ca obiectiv îndeplinirea celor cinci criterii de convergenţă până la sfârşitul anului 2011, pentru ca la începutul anului 2012 să se poată produce intrarea în ERM II, urmând ca după doi ani moneda naţională să poată fi înlocuită cu moneda unică. Conform raportului de convergenţă dat publicităţii în mai 2008 de Comisia Europeană, în care se analizează pentru prima oară evoluţia economiei româneşti, fluctuaţiile cursului RON/euro s-au încadrat între 10,8% (apreciere) şi 9,6% (depreciere), valoarea de referinţă fiind media lunii mai 2006.

Moneda naţională s-a apreciat substanţial până în prima parte a anului 2007, într-o perioadă de aflux al investiţiilor străine directe. Această apreciere a contribuit la dezechilibrarea balanţei comerciale, ieftinind importurile şi creând un culoar de

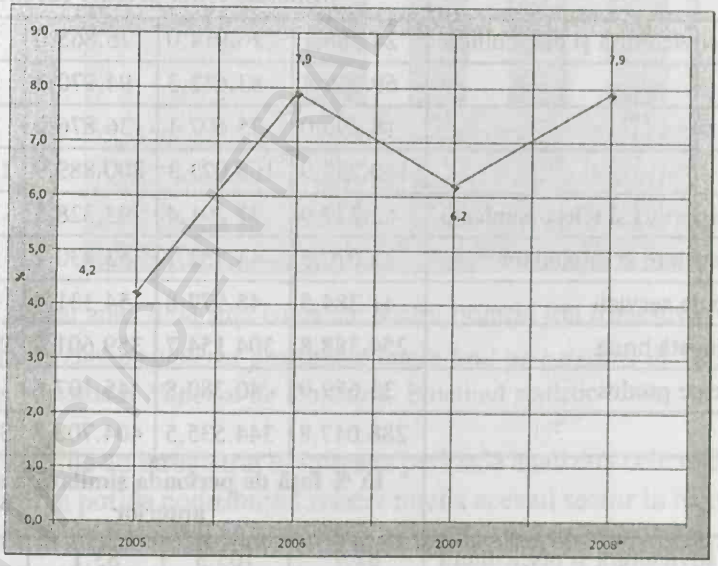
1. Previziune a Comisiei Europene.

stimulare a cererii agregate, la care expansiunea creditelor în valută şi în lei a avut un aport suplimentar. Drept urmare, şi în privinţa acestui criteriu, România nu îndeplineşte condiţiile de stabilitate a ratei de schimb pe o durată de minimum doi ani.

Indicatori macroeconomici

Produsul intern brut

După un vârf de creştere economică în anul 2004 de peste 8%, cu un an agricol de excepţie, în anul 2005 s-a consemnat o relativă încetinire. Cu toate acestea, rata medie de creştere economică între 2004 şi 2007 a fost de aproximativ 6,5%, fiind considerată o evoluţie în parametri sustenabili, fără riscul unei supraîncălziri. Politica fiscală destul de lejeră a alimentat presiunile cererii agregate, care a devenit în mod forţat un motor al creşterii economice, pe fondul unui necesar de finanţare în continuă creştere. Avansul economiei din primele nouă luni ale anului 2008, de aproape 9%, a depăşit aşteptările (vezi figura 2), însă a alimentat în mod nefericit un entuziasm al succeselor economice, exploatat diferit de actorii politici, în funcţie de poziţia faţă de exponenţii puterii.



* Valoare estimată pentru finele anului 2008.

Figura 2. *Modificarea anuală procentuală a PIB-ului* (sursa datelor: *Eurostat)*

Guvernul Tăriceanu a jubilat, considerând acest rezultat un factor de stimulare a electoratului în favoarea Partidului Naţional Liberal. Partidele aflate în opoziţie, precum PD-L, i-au minimalizat semnificaţiile, accentuând vulnerabilităţile care au însoţit această creştere economică: adâncirea deficitului bugetar, accentuarea dezechilibrului balanţei comerciale, inflaţia ridicată, penuria forţei de muncă, incoerenţa politicilor fiscale şi bugetare. PSD, în schimb, a căutat să exploateze acest moment pentru a forţa adoptarea unor măsuri evidente de stânga: mărirea pensiilor şi acordarea anticipată a acestor majorări, plasarea în dezbaterea parlamentară a unor noi acte normative care vizau măsuri similare, de creştere a salariilor şi veniturilor altor categorii de personal bugetar. Nici unul dintre ele însă, sub presiunea alegerilor, nu a luat în calcul câtuşi de puţin potenţialele efecte macroeconomice, mai ales în condiţiile anticipatei manifestări a crizei financiar-economice care afecta deja o mare parte dintre statele europene şi care anunţaseră deja încetiniri serioase ale creşterii economice.

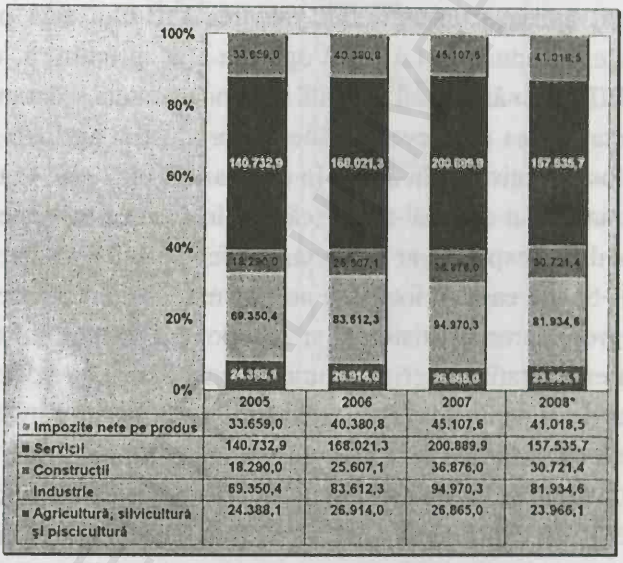
Tabelul 2. *Structura produsului intern brut pe categorii de resurse*

	2005	2006	2007	2008*
	Milioane RON preţuri curente			
Agricultură, silvicultură şi piscicultură	24.388,1	26.914,0	26.865,0	23.966,1
Industrie	69.350,4	83.612,3	94.970,3	81.934,6
Construcţii	18.290,0	25.607,1	36.876,0	30.721,4
Servicii	140.732,9	168.021,3	200.889,9	157.535,7
Comerţ, transporturi şi telecomunicaţii	62.277,9	77.291,4	93.328,3	75.624,6
Activităţi financiare şi imobiliare	37.070,5	44.752,1	53.430,2	42.140,3
Alte activităţi de servicii	41.384,5	45.977,8	54.131,4	39.770,8
Valoarea adăugată brută	254.388,8	304.154,7	359.601,2	294.157,8
Impozite nete pe produs	33.659,0	40.380,8	45.107,6	41.018,5
PIB	288.047,8	344.535,5	404.708,8	335.176,3
	în % faţă de perioada similară a anului anterior			
Agricultură, silvicultură şi piscicultură	82,7	103,3	83,1	123,4
Industrie	102,6	107,0	105,1	104,8

Construcţii	109,9	124,7	133,6	131,1
Comerţ, transporturi şi telecomunicaţii	111,4	112,6	110,8	107,6
Activităţi financiare şi imobiliare	108,5	111,3	104,5	104,6
Alte activităţi de servicii	105,9	94,9	103,4	102,9
Valoarea adăugată brută	103,6	108,0	106,6	108,9
Impozite nete pe produs	108,9	107,1	101,6	108,5
PIB	104,2	107,9	106,0	108,9

* Datele pentru anul 2008 sunt cumulate pentru primele trei trimestre.

Sursa datelor: Institutul Naţional de Statistică, *Buletinul statistic lunar*, nr. 1, 8, 10, 2008



* Datele pentru anul 2008 sunt cumulate pentru primele trei trimestre.

Figura 3. *Descompunerea produsului intern brut pe categorii de resurse* (sursa datelor: *Institutul Naţional de Statistică,* Buletinul statistic lunar, *nr. 1, 8, 2008)*

Construcţiile au înregistrat în întreaga perioadă analizată cele mai mari ritmuri de creştere, în pofida contribuţiei relativ mici a acestui sector la formarea PIB. Pe ansamblul primelor nouă luni ale anului 2008, agricultura a recuperat regresul „contabil" al anului anterior, însă nu a adus şi o recuperare consistentă a pierderilor înregistrate de fermieri (vezi tabelul 2). Deşi nivelul producţiei agricole l-a depăşit cu mult pe cel din anul 2007, preţurile agricole au crescut

într-o mai mică măsură decât preţurile industriale, plasându-se chiar sub nivelul indicelui preţurilor de consum. Alături de aceste statistici evident pozitive, mai sunt încă elemente care trebuie luate în considerare pentru a întregi tabloul rezultatelor economice. Produsul intern brut pe locuitor al României, alături de cel al Bulgariei, are încă un nivel extrem de scăzut în raport cu media europeană, plasându-se la mai puţin de 40% din aceasta.

Serviciile au avut cea mai mare pondere în formarea PIB-ului (vezi figura 3). În intervalul analizat, valoarea adăugată creată de acestea a fost de aproape 50% din produsul intern brut, cu excepţia ultimului an, când a înregistrat 47% din PIB. Evoluţii spectaculoase de-a lungul perioadei analizate s-au înregistrat în sectorul construcţiilor, unde creşterile au fost de aproape 25% în 2006 în comparaţie cu 2005 şi de 33,6% în 2007 faţă de 2006.

De asemenea, aproape un sfert din valoarea PIB-ului este pusă pe seama plusvalorii create în industrie. La polul opus se află agricultura, cu o medie de doar 7,5% din PIB, România fiind afectată de randamentele scăzute ale producţiei agricole şi vegetale. Cea mai severă scădere a producţiei agricole, de 15 puncte procentuale, a fost înregistrată în 2007, în comparaţie cu 2006. Potrivit Eurostat, în 2007, România a avut cea mai mare scădere în ceea ce priveşte producţia din agricultură. Una dintre explicaţii ar fi seceta, dar fenomenul a afectat şi ţările vecine (vezi tabelul 3). Scăderea nu a fost însă atât de mare în ţările care au înregistrat un astfel de regres, datorită existenţei şi funcţionării sistemului de irigaţii şi a unei structuri a exploataţiilor agricole fundamental diferită de cea din România. Din acest punct de vedere, lipsa unei adevărate reforme în domeniu îşi va face simţite efectele încă mulţi ani de acum încolo, cel puţin pe durata unui deceniu. Argumentele sunt date de ritmul extrem de lent de modificare a tipologiei exploataţiilor agricole, în care încă predomină covârşitor cele de foarte mici dimensiuni şi de subzistenţă, şi de dispariţia progresivă a exploataţiilor de talie mijlocie. Concentrarea exploataţiilor agricole trădează în prezent un proces dezechilibrat.

Contribuţia cea mai mare la formarea PIB-ului a avut-o consumul populaţiei, el aducând un spor mediu de aproape 78% la creşterea PIB-ului. Un aport substanţial la conturarea PIB-ului l-a avut formarea brută de capital, datorită investiţiilor şi a fluxurilor considerabile de investiţii interne şi străine. Ponderea acesteia în PIB a crescut de la un an la altul, în 2008 depăşind nivelul de 30% (vezi figura 4). Din analiza structurii PIB-ului se observă o adâncire a deficitului comercial, ca efect al unui lanţ de procese care au accentuat dezechilibrele macroeconomice: aprecierea monedei naţionale, accesul facil la credite de

consum, ieftinirea importurilor, creşterea cererii agregate, oferta naţională insuficientă şi inadaptată. Între 2005 şi 2007, deficitul comercial aproape că s-a dublat. Cauzele care au generat această situaţie nefavorabilă au fost: importurile auto, scăderea exporturilor la produsele energetice (combustibili, energie, gaze). Dezechilibrul balanţei comerciale influenţează negativ deficitul de cont curent al României. Adâncirea deficitului de cont curent poate fi una dintre cauzele care au condus la scăderea ratingului de ţară raportat de agenţiile de evaluare. De exemplu, la 5 noiembrie 2008, agenţia Standard & Poor's a anunţat înrăutăţirea perspectivei de rating de ţară de la A – „stabilă" la BBB – „negativă".

Tabelul 3. *Modificarea reală a venitului din agricultură, pe muncitor, în 2007*

	Modificarea reală		Modificarea reală
EU27	+5,4	Slovenia	+8,5
Lituania	+39,3	Franţa	+7,5
Estonia	+22,5	Marea Britanie	+6,0
Republica Cehă	+20,9	Olanda	+4,9
Suedia	+16,5	Danemarca	+4,9
Finlanda	+14,4	Belgia	+1,7
Luxemburg	+14,3	Grecia	-0,3
Polonia	+13,7	Cipru	-0,5
Germania	+12,5	Ungaria	-1,0
Spania	+10,3	Malta	-1,7
Letonia	+9,3	Italia	-2,0
Irlanda	+9,2	Portugalia	-5,0
Slovacia	+9,2	Bulgaria	-8,5
Austria	+8,8	România	-16,7

Sursa datelor: Eurostat, *Raport 35/2008*, 11 martie 2008

Tabelul 4. *Structura PIB pe categorii de utilizări*

	2005	2006	2007	2008*
	Milioane RON preţuri curente			
Consumul gospodăriilor	226.947	268.586,3	311.647,6	258.385,9
Consumul administraţiei publice	25.335,4	26.166,4	31.137,9	23.930,3
Formarea brută de capital	65.263,8	91.285,6	119.753,4	101.054,3
Exportul net	-29.370,1	-41.502,8	-57.830,1	-48.194,2

Exportul de bunuri şi servicii	95.595,6	111.152,7	123.194,2	116.173,4
Importul de bunuri şi servicii	124.965,7	152.655,5	181.024,3	164.367,6
PIB utilizări	288.176,1	344.535,5	404.708,8	335.176,3
	În % faţă de perioada similară a anului anterior			
PIB utilizări	104,2	107,9	106,0	108,9
Consumul gospodăriilor	109,4	111,4	110,2	114,1
Consumul administraţiei publice	111,8	90,1	107,4	104,4
Formarea brută de capital	112,7	119,3	128,9	127,7
Exportul de bunuri şi servicii	107,7	110,6	108,7	122,9
Importul de bunuri şi servicii	116,0	122,4	126,1	125,5

* Datele pentru anul 2008 sunt cumulate pentru primele trei trimestre.

Sursa: Institutul Naţional de Statistică, *Buletinul statistic lunar*, nr. 1, 8, 10, 2008

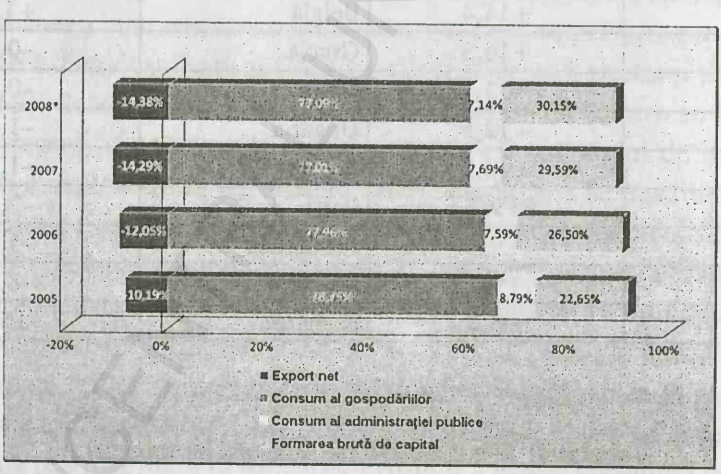


Figura 4. *Descompunerea PIB pe categorii de utilizări* (sursa datelor: *Institutul Naţional de Statistică*, Buletinul statistic lunar, *nr. 1, 8, 10, 2008)*

Balanţa comercială

Balanţa comercială reprezintă un punct nevralgic al economiei româneşti, deoarece încă nu reuşim să realizăm un echilibru între exporturi şi importuri, generat în primul rând de produse şi servicii cu valoare adăugată mare. În tabelul 5 sunt reprezentate evoluţiile exporturilor, importurilor şi soldului balanţei comerciale, însoţite de ponderile acestora în PIB.

Tabelul 5. *Evoluţia balanţei comerciale*

	2005	2006	2007	2008*
	Milioane de euro			
Export (FOB)	22.255	25.850	29.549	25.801
Import (FOB)	30.061	37.609	47.371	39.678
Soldul balanţei comerciale	-7.806	11.759	-17.822	-13.877
	%			
Ponderea exportului în PIB	28,0	26,6	23,9	28,0
Ponderea importului în PIB	37,8	38,7	38,2	43,0
Ponderea soldului balanţei	-9,8	-12,1	-14,3	-15,0

* Datele pentru anul 2008 sunt cumulate pentru primele trei trimestre.

Sursa datelor: Banca Naţională a României

Soldul negativ al balanţei comerciale s-a adâncit de la un an la altul, înregistrând în 2007 o valoare dublă în comparaţie cu 2005. Cauzele principale ale deficitului comercial sunt reprezentate de nevoia de investiţii din economie şi creşterea preţurilor globale ale materiilor prime. Principalele ţări partenere ale României la export în anul 2006 au fost: Italia (17,9% din exportul total), Germania (15,7%), Turcia (7,7%), Franţa (7,5%), Ungaria (4,9%), Marea Britanie (4,7%).

Balanţa de plăţi

O altă problemă serioasă cu care se confruntă România este legată de *deficitul balanţei de plăţi*[1]. Acesta a crescut de la 8,7% din PIB în 2005 la 14% în 2007.

1. Se calculează ca diferenţă între intrările şi ieşirile de valută.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Deteriorarea soldului balanţei de plăţi este pusă pe seama amplificării deficitului comercial, fiind determinată de cererea internă foarte ridicată. Factorii care au stimulat cererea internă au fost aprecierea monedei naţionale în raport cu euro, creşterea prea mare, disproporţionată a veniturilor salariale în raport cu sporirea productivităţii muncii.

Investiţiile străine directe (ISD)

România se află la un stadiu de maturitate din punctul de vedere al investiţiilor străine directe, devenind din ce în ce mai atractivă pentru investitorii străini. Creşterea fluxurilor acestora constituie un argument în acest sens. În perioada 2005-2008, media anuală a investiţiilor străine în România a depăşit 5 miliarde de euro, nivelul maxim atingându-se în anul 2006, când acesta trecut de valoarea de 9 miliarde de euro. Dintre acestea, ponderea cea mai însemnată, respectiv 46%, o deţin participaţiile la capitalul social. În 2007, investiţiile au scăzut cu aproximativ 23% faţă de anul precedent, reuşind să acopere deficitul balanţei de plăţi în proporţie de 41,9%.

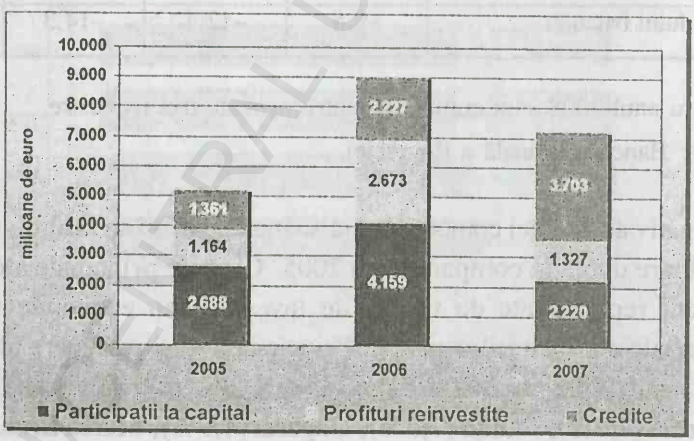


Figura 5. *Evoluţia fluxurilor ISD în perioada 2005-2007* (sursa datelor *: Banca Naţională a României,* Cercetare statistică privind investiţiile străine directe [ISD])

Primele cinci ţări în ordinea investiţiilor „injectate" în economia naţională sunt: Austria (21,4% din totalul ISD), Olanda (16,3%), Germania (11,7%), Franţa (8,8%) şi Grecia (7,5%).

Tabelul 6. *Distribuţia ISD pe ţări la 31 decembrie 2007 (milioane de euro)*

	Valoare	% din totalul ISD		Valoare	% din totalul ISD
Austria	9.161	21,4	Spania	474	1,1
Olanda	6.988	16,3	Marea Britanie	395	0,9
Germania	5.020	11,7	Insulele Virgine Britanice	384	0,9
Franţa	3.759	8,8	Suedia	366	0,9
Grecia	3.192	7,5	Cehia	341	0,8
Italia	2.617	6,1	Canada	256	0,6
Elveţia	2.191	5,1	Israel	185	0,4
Cipru	2.015	4,7	Liban	179	0,4
Turcia	822	1,9	Polonia	125	0,3
Ungaria	738	1,7	Gibraltar	112	0,3
Luxemburg	633	1,5	BERD	103	0,2
SUA	581	1,4	Alte ţări*	1.656	3,9
Belgia	477	1,1	**Total**	42.770	

*Ţări a căror investiţie este mai mică de 100 de milioane de euro.
Sursa datelor: Banca Naţională a României

Conform datelor oferite de Banca Naţională a României, investiţiile străine directe din ultimii ani s-au concentrat în domenii care au stimulat importurile (comerţ, intermediere financiară şi asigurări, industria prelucrătoare) şi în mai mică măsură către domenii generatoare de exporturi (telecomunicaţii, turism, transporturi) (vezi figura 6).

Din punct de vedere teritorial, investiţiile străine directe au fost direcţionate, în mare parte către zona Bucureşti-Ilfov, urmată la o distanţă destul de mare de zona centrală a ţării. Cele mai puţine investiţii au fost orientate către zona de nord-est a ţării.

BCU IASI - BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

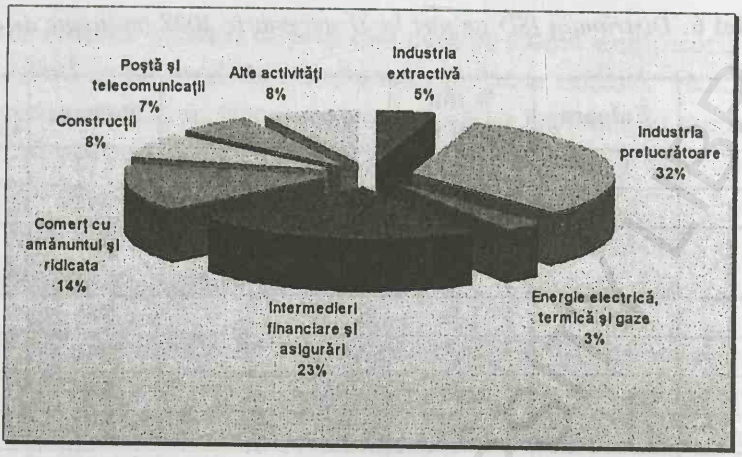


Figura 6. *Structura soldului ISD pe tipuri de investiţii* (sursa datelor: *Banca Naţională a României)*

Tabelul 7. *Repartizarea investiţiilor străine directe pe regiuni de dezvoltare, în milioane de euro*

Regiunea	2005	2006	2007
Bucureşti	13.264	22.205	27.516
Sud-est	1.838	2.653	2.448
Centru	1.610	2.559	3.541
Sud	1.388	2.228	2.942
Vest	1.491	1.948	2.365
Nord-vest	1.257	1.570	1.907
Sud-vest	745	938	1.379
Nord-est	292	411	672
Total	21.885	34.512	42.770

Sursa datelor: Banca Naţională a României

BCU IASI CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

Indicatori sociali

Câștigurile salariale și productivitatea muncii

Câștigurile salariale au crescut în perioada 2005-2008 într-un ritm anual superior ritmului de creștere a productivității muncii. Decalajul încă important față de media câștigurilor din Uniunea Europeană, pe fondul încrederii în perspectivele economiei, a creat o presiune suplimentară pentru satisfacerea cererilor salariale, care însă tind să atenueze avantajele competitive date de costurile mai mici ale forței de muncă. În același interval, costul forței de muncă a crescut, de asemenea, cu o rată superioară celei a productivității muncii. Menținerea acestor dezechilibre, alături de celelalte măsuri prociclice, stimulează supraîncălzirea economiei și accelerarea tendințelor inflaționiste.

Tabelul 8. *Câștigurile salariale, costul forței de muncă și productivitatea muncii*

	Modificarea procentuală anuală			
	2005	**2006**	**2007**	**2008**
Plata nominală pentru munca prestată pe angajat				
România	22,1	17,8	20,2	18,1
Zona euro	2,1	2,4	2,4	3,3
Costul unitar nominal al forței de muncă				
România	15,4	12,3	14,8	12,3
Zona euro	1,1	1,0	1,5	2,4
Productivitatea muncii				
România	5,8	4,9	4,7	5,2
Zona euro	1,1	1,5	0,9	0,9

Sursa datelor: Comisia Europeană, *Raportul de convergență economică*, 2008

Pensia și pensionarii

Tendința de îmbătrânire a populației, pensionarea anticipată, inflația de legi speciale care fac excepție de la Legea pensiilor și administrarea deficitară a fondurilor existente au făcut ca sistemul public de pensii să ajungă la fundul sacului și chiar să treacă de acesta. Din ce în ce mai puțini salariați trebuie să

susţină prin contribuţiile lor şi ale angajatorilor un număr tot mai mare de pensionari. Din acest motiv, presiunile asupra sistemului public de pensii s-au intensificat an de an, situaţia traducându-se prin deficite majore ale bugetului de asigurări sociale de stat.

Pensia medie de asigurări sociale a crescut de la 267 de lei în 2005 la aproape 400 de lei în 2007, numărul pensionarilor de asigurări sociale stabilizându-se la aproximativ 4,6 milioane de persoane. Creşterea este evidentă, însă ea se situează la un nivel extrem de scăzut în raport cu salariul mediu net. Mai mult, această valoare medie ascunde o dispersie extrem de mare, evidenţiată de mass-media la sfârşitul anului 2008 printr-o serie de exemple deja de notorietate. Măsurile de creştere a pensiilor şi a punctului de pensie în ultimele luni ale anului 2008 de către Guvernul Tăriceanu, susţinut mai mult sau mai puţin explicit de Partidul Social Democrat, au reprezentat acte de reparaţie, însă ele nu au fost receptate de cei vizaţi şi de populaţie în general ca măsuri cu un impact deosebit. În orice caz, atât PNL, cât şi PSD au încercat să exploateze la maximum aceste măsuri în scop electoral.

Şomajul

Numărul şomerilor din România a crescut uşor la 728.000 de persoane în 2006, rata şomajului fiind, conform criteriilor Biroului Internaţional al Muncii (BIM), de 7,3%, nivel apropiat de cel atins în anul anterior, de 7,2%. Pe categorii de vârstă, rata şomajului BIM avea nivelul cel mai ridicat (21,0%) în rândul tinerilor (15-24 de ani). Astfel, *şomajul* a afectat într-o măsură mai mare absolvenţii învăţământului mediu şi elementar, pentru care rata şomajului a fost de 7,8%, respectiv 7,6%, comparativ cu 3,8% (rata înregistrată pentru şomerii cu studii superioare).

Rata şomajului BIM de lungă durată, care se referă la persoanele aflate în şomaj de o perioadă mai mare de un an, a fost de 4,1%. Ponderea persoanelor aflate în şomaj de un an şi peste a fost în 2006 de 56,1%. *Şomajul* pe termen lung s-a manifestat mai pregnant în rândul persoanelor din mediul rural (57,5% faţă de 55,3% în mediul urban), diferenţa pe sexe fiind mai accentuată (57,4% în cazul bărbaţilor şi 53,8% în cazul femeilor). Pentru tineri (15-24 de ani), rata şomajului de lungă durată (în şomaj de şase luni şi peste) a fost de 14,2%, iar incidenţa şomajului de lungă durată în rândul tineretului de 67,4%. Scăderea numărului de şomeri BIM în anul 2007 a fost determinată, pe de o parte, de creşterea numărului

locurilor de muncă cu aproximativ 500.000 în perioada analizată, dar și de amplificarea migrației externe a forței de muncă.

Tabelul 9. *Principalii indicatori de caracterizare a pieței muncii*

	2005	2006	2007	2008*
Populația activă (mii de persoane)	9.851	10.041	9.994	N.A.
Populația ocupată (mii de persoane)	9.147	9.313	9.353	9.482
Numărul mediu de salariați (mii de persoane)	5.921	6.167	6.197	6.278
Numărul de șomeri (BIM) (mii de persoane)	704	728	641	634
Rata șomajului (BIM) în procente	7,2	7,3	6,4	6,3

*Estimări ale Comisiei Naționale de Prognoză.

Educația

Conform unui raport al Comisiei Europene, jumătate dintre copiii români cu vârsta de 15 ani au dificultăți de citire și înțelegere. Potrivit aceluiași document, până în anul 2006, procentul românilor care nu înțeleg ce citesc (analfabetism funcțional) a crescut la 53% față de 41% cât se înregistra în anul 2000.

În perioada 2005-2008, bugetul alocat educației, atât nominal, cât și ca pondere în PIB, s-a majorat constant, iar salariile cadrelor didactice au crescut semnificativ. S-au investit sume importante în dotarea cu echipamente informatice și mijloace de învățământ, în reabilitarea unui număr de școli și demararea programelor naționale pentru campusuri școlare. Problemele educației nu stau doar în infrastructură, ci mai ales în modernizarea curriculară, perfecționarea resurselor umane, salarizarea diferențiată și, nu în ultimul rând, într-un management mai performant.

În mediul rural, doar 25% dintre absolvenții de gimnaziu își continuă studiile într-un liceu sau o școală de meserii, comparativ cu 80% din mediul urban. Cursurile universitare sunt urmate doar de 2,5-3% dintre elevii proveniți din mediul rural. Din totalul copiilor care nu participă la nici o formă de învățământ, 80% dintre ei sunt de etnie romă, ceea ce înseamnă că 28,6% din populația romă este analfabetă. O rată de participare scăzută se înregistrează și în rândul copiilor cu nevoi educaționale speciale, din cauza numărului limitat de profesori calificați, a infrastructurii educaționale inadecvate și a comunicării precare dintre școală și comunitate. România se află *pe ultimul loc* în Europa în privința participării la o

formă de educaţie a tinerilor de 15-24 de ani. Doar 41,9% dintre aceşti tineri participă la vreo formă de învăţământ, faţă de 64,5% în Lituania, 63,4% în Polonia sau 62,7% în Slovenia, ceea ce are consecinţe negative asupra nivelului de pregătire a forţei de muncă. În anul 2006, evaluarea internaţională PISA plasa învăţământul românesc pe *locul 47 dintr-un total de 57 de ţări*, iar în alte evaluări externe chiar pe o poziţie mai joasă. Ponderea profesorilor cu rezultate proaste sau mediocre la titularizare era în 2007 de 60% faţă de 18% în Uniunea Europeană. Procentul adulţilor care participă la forme de educaţie permanentă în timpul vieţii era, tot în anul 2007, de 1,3% faţă de 12,5%, cât reprezintă media în Uniunea Europeană, adică de zece ori mai mic.

Sănătatea

Evaluarea stării de sănătate în perioada 2005-2008 se poate face într-o manieră sintetică apelând la cifrele publicate de Biroul de Statistică al Comunităţilor Europene (Eurostat). Ele ne arată că România se află printre primele ţări din Uniunea Europeană în care principala cauză de deces o constituie afecţiunile cardiace, boală ignorată cu desăvârşire de majoritatea românilor. Cauzele acestei boli sunt lipsa alimentaţiei sănătoase, fumatul, consumul de alcool, poluarea etc. Consumul de băuturi acidulate şi produse fast-food provoacă afecţiuni care ne apropie, ca prevalenţă, de Occident.

Statisticile Organizaţiei Mondiale a Sănătăţii în privinţa incidenţei tuberculozei arată că în România sunt de 19 ori mai mulţi bolnavi decât în Franţa sau Germania. La sfârşitul anului 2006 erau declarate oficial 10.555 de persoane cu HIV/SIDA în viaţă, dintre care aproape 6.000 urmau tratamente.

Situaţia demografică

O privire sumară asupra cifrelor demografice evidenţiază o situaţie deloc încurajatoare, şi anume: un declin demografic instalat profund, determinat de rezultatul cumulat al mai multor factori demografici – reculul natalităţii, creşterea mortalităţii generale şi menţinerea acesteia la un nivel mai ridicat decât cel al natalităţii, migraţia externă negativă. Scăderea populaţiei este însoţită de schimbarea structurii pe vârste. Mutaţiile intervenite în structura pe vârste a populaţiei evidenţiază o accentuare a procesului de *îmbătrânire demografică*, cauzat în principal de scăderea natalităţii, care a determinat reducerea absolută şi relativă

a populaţiei tinere (0-14 ani) şi creşterea numărului şi ponderii populaţiei vârstnice (de 65 de ani şi peste).

Tabelul 10. *Principalii indicatori demografici*

	Persoane			
	2005	2006	2007	2008
Populaţia României	21.658.528	21.610.213	21.565.119	21.528.627
Numărul de naşteri	221.020	219.483	214.728	222.797*
Mişcarea naturală	-41.081	-38.611	-37.237	-33.113*

*Estimări ale Eurostat.

Supraîncălzirea economiei şi riscul unei aterizări forţate, stimulate de criza economico-financiară

Prezentarea parţială a rezultatelor economice şi sociale ale guvernării PNL a stimulat exagerat impresia că economia românească rivalizează cu performanţele economiilor unor ţări intrate în al doilea val în Uniunea Europeană. Consumul, după cum am arătat, a fost susţinut artificial de o rată de schimb favorabilă, în condiţiile unei finanţări externe nesusţinute de investiţii străine directe. Câştigurile salariale au fost în permanentă creştere, iar raportarea lor la indicele preţurilor de consum şi constatarea recuperării puterii de cumpărare anterioare anului 1990 au întărit şi mai mult starea de efuziune. Avertizările adresate de Comisia Europeană în iunie 2008 sub forma unei recomandări de politică economică, pe de o parte, au fost minimalizate sau chiar ignorate de guvern şi, pe de altă parte, nu au fost valorificate responsabil nici de reprezentanţii opoziţiei. Semnalele încălzirii economice erau evidente, însă, dacă efectele adverse puteau fi amânate şi, mai mult, puteau afecta imaginea din campania electorală, ignorarea lor era cea mai bună soluţie. În apropierea campaniei electorale, partidele aflate la guvernare şi chiar cele din opoziţie au stimulat satisfacerea cererilor de creşteri salariale şi au minimalizat semnalele repetate ale Băncii Naţionale a României pentru temperarea consumului şi promovarea unui set de politici publice care să nu alimenteze suplimentar aşteptările inflaţioniste.

Turbulenţele de pe pieţele financiare externe din a doua parte a anului 2007 au supus piaţa valutară din România unor presiuni la care puţini se aşteptau, în condiţiile în care semnalele creşterii economice erau încă puternice, cererile de

creşteri salariale erau susţinute de o ofertă de locuri de muncă insuficient acoperită, iar gradul redus de bancarizare părea să ţină departe economia României de seria falimentelor din America de Nord, chiar dacă fenomenul cuprindea şi sisteme bancare din Europa Occidentală. Conexiunile cu economiile altor ţări au început să contamineze şi economia românească. Anunţurile de concedieri colective şi-au mărit frecvenţa în ultimele trei luni ale anului 2008, iar preferinţa pentru creditele în valută, mult mai ieftine până la jumătatea anului 2008, s-a răzbunat rapid, odată cu deprecierea bruscă a monedei naţionale.

Înlănţuirea evenimentelor declanşate de criza financiară mondială şi mai ales accelerarea lor nu puteau fi evitate. În condiţiile în care România derula operaţiuni de comerţ exterior cu statele Uniunii Europene în proporţie de 70%, era imposibil ca economia naţională să rămână imună în faţa contracţiei economiilor europene. Scăderea cererii şi consumului în aceste ţări a diminuat nivelul comenzilor adresate firmelor autohtone, ceea ce a determinat şomajul tehnic şi chiar concedieri colective. De aici, perspectiva stagnării sau chiar a reducerii câştigurilor salariale. În acelaşi timp, deprecierea monedei naţionale îi pune în dificultatea de a le achita la valorile actualizate pe cei care au contractat credite în valută. Extinderea acestui fenomen la proporţii de masă va diminua lichidităţile băncilor, chiar şi în condiţiile în care dobânzile la economiile în lei şi valută au crescut. Aşa cum băncile au mizat orbeşte pe capacitatea clienţilor lor de a contracta credite şi de a le plăti la timp, ignorând limitele naturale ale veniturilor individuale din România, la fel mizează acum pe inversarea comportamentului financiar al clientului „de retail", trecând de la consum la economisire. Ceea ce se pare că ignoră departamentele de marketing din bănci este că în România există încă sărăcie, iar clientela care provine preponderent din mediul urban şi-a epuizat potenţialul de creştere a segmentelor de piaţă ţintite de bancheri. Pur şi simplu românii nu au atâţia bani cât se credea, iar fluxurile de numerar sunt destul de firave, în cele din urmă.

Acelaşi comentariu este valabil şi pentru economiile care se vor atrase în circuitul bancar. Românii, în special generaţiile mai tinere, şi-au pierdut sau nici măcar nu au cunoscut spiritul de economisire, fie din cauza euforiei generate de creşterea consumului, fie din cauza unor venituri prea mici pentru a lăsa loc unui asemenea comportament. Leii sunt încă scumpi, iar băncile-mamă nu dispun nici ele de lichidităţi ca să mai contribuie la expansiunea sau păstrarea segmentului de piaţă câştigat. Peste toate acestea însă, mai grav pare a fi faptul că mediul de afaceri este privat de finanţare. Dificultăţile pe care le vor întâmpina în special

firmele mici şi mijlocii, şi aşa destul de fragile, vor genera reduceri de activitate şi falimente, pierderi ale locurilor de muncă, ceea ce va determina nu numai o reducere a creşterii economice, dar va amplifica şi temerile de recesiune, la orizontul următorilor doi ani. Toate aceste posibile efecte, insuficient de vizibile sau neconştientizate la adevărata lor dimensiune de către populaţia României, au fost larg utilizate ca argumente în campania electorală de la finele anului 2008 de toate partidele aflate în competiţie. În ce măsură a fost influenţat rezultatul votului de ameninţarea crizei este greu de spus. Manifestările crizei, efectele acesteia şi cele ale măsurilor politice inevitabile vor fi puternic amplificate de revendicările şi aşteptările încă mari care nu avut un răspuns satisfăcător în perioada premergătoare alegerilor. Nu numai că unele dintre ele vor trebui puternic ajustate, însă unele chiar vor fi amânate, cum sunt cele care privesc majorările salariilor cadrelor didactice ori majorarea pensiilor celor încadraţi în grupele I şi II de muncă, ambele prorogate de guvernarea anterioară.

Orice slăbiciune a guvernului în aceste privinţe va spori viteza de aterizare a economiei, care se va ajusta natural prin deprecierea masivă a monedei naţionale, alimentarea inflaţiei, diminuarea cererii agregate, contracţia importurilor de tehnologie, încetinirea economică şi creşterea şomajului. Deşi pare un scenariu extrem de puţin probabil, recesiunea şi deflaţia vor fi fenomene mult mai greu de stăpânit decât supraîncălzirea economică şi creşterea preţurilor, pentru care există instrumente de control mai bine rodate. Construcţia bugetară pentru anul 2009 va fi de o importanţă capitală pentru contracararea efectelor crizei.

Concluzii

Privind retrospectiv perioada 2005-2008, în încercarea de a cântări rezultatele economice şi sociale ale „guvernului" pentru a explica implicaţiile lor politice, suntem în faţa câtorva dileme. Cărui guvern să îi atribuim meritele sau criticile? Cum să măsurăm rezultatele şi cum să le interpretăm, ca să nu fim acuzaţi de partizanat?

Am avut un singur prim-ministru, însă compoziţia guvernului s-a schimbat atât de mult şi atât de des, încât e dificil să identificăm în anumite cazuri cine este responsabil. În privinţa rezultatelor, am văzut că bilanţul prezentat de primul-ministru Tăriceanu în faţa propriului Cabinet în preajma finalului de mandat a fost nu numai consistent, având în vedere numărul de pagini, dar şi cu o mare încărcătură

pozitivă. În mod firesc, exponenţii opoziţiei de la acel moment au calificat bilanţul ori ca un afront adus opiniei publice, pentru că este fals, ori ca unul nerealist, fără să ni se mai spună de ce. Aşadar una dintre pasiunile politicienilor este fie lauda de sine, fie contestarea cu orice preţ a adversarului.

Soluţia ieşirii din dilemele de mai sus este simplă, pentru că există instrumente care ne pot ajuta să evaluăm suficient de bine rezultatele economice şi sociale ale unui guvern. Aceste instrumente sunt statisticile oficiale ale Comisiei Europene, care sunt aceleaşi pentru toate statele membre. Statisticile – mai precis spus, indicatorii statistici – sunt grupate pe diverse teme, în funcţie de obiectivele politice ale Uniunii: convergenţa economică, obiectivele Strategiei Lisabona, dezvoltarea durabilă, dezvoltarea rurală etc. Indiferent de tema de interes, statele membre arată performanţe mai bune sau mai puţin bune. Este şi cazul României. Am văzut că, din punctul de vedere al criteriilor de convergenţă economică, România îndeplineşte pe jumătate un criteriu, însă este încă destul de departe de ţintă în privinţa celorlalte trei. Din punctul de vedere al altor indicatori, care pot fi cuprinşi în setul indicatorilor structurali – ataşaţi Strategiei Lisabona – sau în setul indicatorilor de dezvoltare durabilă – ataşaţi Strategiei Europene de Dezvoltare Durabilă –, România a înregistrat în perioada 2005-2008 un trend pozitiv, iar în privinţa altora progresele sunt modeste. A aloca meritele „plusurilor" şi criticile „minusurilor" unui guvern, de exemplu celor două formule de Cabinet conduse de Tăriceanu, este un act eminamente subiectiv, dacă nu aducem în discuţie un alt element: obiectivele guvernului respectiv.

Subiectivismul este probat de tonul bilanţului despre care s-a amintit mai sus, de criticile opoziţiei, dar şi de atitudinea opiniei publice faţă de ceea ce se spune că a reuşit să facă guvernul din mandatul 2005-2008. Opinia publică sau, în orice caz, o foarte consistentă majoritate a considerat, de exemplu, că sporul de venituri sub formă de salarii ori pensii nu s-a datorat guvernului – el oricum trebuia să facă asta – şi nici creşterea economică, pentru că ele au fost rodul propriilor străduinţi şi abilităţi de a munci mai mult, mai bine şi de a-şi alcătui un trai mai bun. În schimb, menţinerea haosului din învăţământ, lipsa unei îmbunătăţiri evidente a calităţii actului medical pe măsura banilor alocaţi, absenţa unei reforme reale în administraţie, gradul redus de absorbţie a fondurilor europene, agricultura nerestructurată, infrastructura de transport dezastruoasă, toate au fost puse, bineînţeles, pe seama incompetenţei, neprofesionalismului şi lipsei de interes a guvernanţilor.

Obiectivarea este consolidată de comparația rezultatelor cu țintele stabilite inițial și, dacă există motive serioase, corectate pe parcurs. Or, din câte am văzut, o astfel de abordare nu constituie o regulă. Ceea ce constatăm de cele mai multe ori este că politicienii preferă să emită dorințe, principii, într-un proces de *wishful thinking*, ignorând evidențele și faptul că de la idee la practică e un drum mai complicat, însă mulțumiți că își mențin o gândire pozitivă și că se preocupă de „binele public". Așadar nu am făcut o astfel de comparație pentru că nu există ținte care să fi fost exprimate în termenii unor indicatori, așa cum ne învață manualele de management. În afara criteriilor de convergență, apelul la alți indicatori și interpretarea mărimii lor au fost dictate atât de repere externe, cât și de niveluri pe care, cu bun-simț, ar trebui să le considerăm normale sau dezirabile.

Ceea ce arată un set de indicatori de performanță unor analiști avizați nu are în mod sigur aceeași semnificație pentru cetățeanul mediu, pentru „capul de locuitor". Mai departe e nevoie de un canal și de o manieră de comunicare adecvate, pentru ca mesajul să fie înțeles. Mesajele trebuie să ia în calcul nu numai ce reiese din analiza indicatorilor de performanță, ci și factorii latenți, de natură psihosocială, care nu transpar direct din măsurători, dar care pot descrie relațiile dintre indivizi ce conduc la anumite comportamente prevalente.

Cu sau fără o strategie inteligentă de comunicare a rezultatelor de către guvernanți, în fața unui bilanț cu semn incert, dar perceput preponderent negativ, electoratul a preferat alternativa atât în 2004, cât și în 2008. Dezamăgirile populației față de performanțele guvernelor este dată poate tocmai de diferența foarte mare dintre așteptări și ceea ce se poate obține în mod real, cu resursele existente. Iar dacă așteptările sunt foarte sus, șocul căderii este mult mai mare. Totuși, apelul la raționalitate nu e pe lista ingredientelor unei rețete de succes în politica românească. Oricât am cântări „bunele" și „relele" ultimelor două guvernări, schimbarea garniturii aflate la putere a fost catalizată de amploarea și atractivitatea promisiunilor electorale făcute de opozanți și de abilitatea lor de a exploata slăbiciunile și greșelile celor de la putere. Această „formulă" de campanie electorală este preferabilă și, prin exersare, devine chiar simplă și eficace, pentru că, iată, la sfârșitul unui mandat, bilanțul este în mod implacabil pozitiv, presărat cu accente de „neajunsuri" pentru a fi credibil. Cum îl recepționează electoratul este altceva și, oricum, mai este încă timp până la următoarele alegeri.

Bibliografie

Asociaţia profesională pentru educaţie şi cercetare EDU CER. Bilanţul evoluţiei educaţiei şi formării profesionale 1990-2008. http : //educer.eu/documente/bilant.pdf.

Banca Naţională a României. Cercetare statistică privind investiţiile străine directe (ISD) pe anii 2006 şi 2007.

Comisia Europeană. Economic Forecast autumn 2008 – Forecasts for Romania. http : // ec.europa.eu/economy_finance/pdf/2008/autumnforecasts/ro_en.pdf.

Comisia Europeană. European Economic Forecast autumn 2008. http : //ec.europa.eu/ economy_finance/publications/publication13290_en.pdf.

Comisia Europeană. Raport al Comisiei asupra convergenţei. http : //ec.europa.eu/ economy_finance/the_euro/your_country_euro9151_en.htm.

Comisia Europeană. Recomandarea Comisiei adresând României o recomandare de politică privind politica sa economică şi bugetară. http : //ec.europa.eu/economy_finance/ about /activities/sgp/policy_advices/ro_epa_ro.pdf.

Comisia Naţională de Prognoză. Prognoza pe termen mediu 2008-2013. http : //www.cnp.ro/ user/repository/prognoza_pe_termen_mediu_2008_2013.pdf.

Eurostat. http : //epp.eurostat.ec.europa.eu.

Eurostat. Raport nr. 35/2008.

Institutul Naţional de Statistică. Baza de date TEMPO. https : //statistici.insse.ro/shop.

Institutul Naţional de Statistică. *Buletinul statistic lunar*, nr. 1, 8, 10, 2008.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Evoluţiile şi implicaţiile politice ale perioadei 2005-2008

Emil Târâlă

Ceea ce pentru mass-media sau pentru opinia publică a fost o perioadă a certurilor interminabile şi a scandalului instituţionalizat pentru cercetătorul din domeniul ştiinţelor politice a reprezentat o perioadă prolifică în subiecte de inventariat şi studiat. Dintr-o perspectivă comună, perioada 2005-2008 ar putea fi considerată una a speranţelor înşelate, a promisiunilor neonorate sau onorate parţial, o perioadă în care clasa politică şi-a demonstrat încă o dată „ticăloşia", „lipsa de principii" în „lupta pentru ciolan" sau dezinteresul faţă de „omul simplu". Dintr-o altă perspectivă însă, această legislatură a fost una în care armătura constituţională şi instituţională a încă tinerei democraţii româneşti a fost solicitată şi pusă la încercare. A fost o perioadă animată, în care aparenta învolburare şi tumultul vieţii politice au fost doar simptomele unui sistem politic ce şi-a testat propriile limite în căutarea unei stări de echilibru. Dacă, dintr-o perspectivă profană, ar putea exista voci care să proclame că în aceşti ani „s-a depăşit orice limită a bunului-simţ", din punctul de vedere al analistului politic, testarea limitelor[1] sistemului politic românesc pe parcursul legislaturii 2005-2008 a avut mai degrabă un rol benefic şi chiar educativ. Dintr-o perspectivă clinică, putem considera aceste evenimente şi evoluţii drept boli ale copilăriei unui sistem politic aflat încă pe drumul maturizării.

1. În seria „testelor" la care a fost supus sistemul politic autohton includem guvernarea minoritară din a doua parte a legislaturii, suspendarea preşedintelui, referendumul pentru modificarea tipului de scrutin şi lupta politico-instituţională în care nu de puţine ori a fost invocat arbitrajul Curţii Constituţionale.

BCU "Lucian Blaga" UNIVERSITY LIBRARY

Nu intenţionez să abordez problema scopurilor urmărite de actorii politici sau a îndreptăţirii respectivelor scopuri dintr-o perspectivă axiologică. Consider că nu analiza scopurilor este esenţială, ci implicaţiile efectelor acţiunilor actorilor politici asupra stabilităţii sistemului, a bunei lui funcţionări, a consolidării democraţiei. Principalele elemente prin care am putea defini şi în acelaşi timp înţelege viaţa politică românească din perioada 2005-2008 sunt: ambiguitatea raporturilor şi a demarcaţiei dintre putere şi opoziţie, experimentarea *de facto* a coabitării politice, o preşedinţie activă, reorientările ideologice şi slaba racordare la viaţa politică europeană. În continuare, vom încerca să prezentăm fiecare dimensiune, formele sale de manifestare şi implicaţiile asupra sistemului politic.

Putere şi opoziţie

Structurarea dificilă a „noii puteri" a marcat evoluţia întregii legislaturi 2005-2008. Majoritatea parlamentară, oarecum forţat alcătuită în jurul Alianţei Dreptate şi Adevăr (ADA) datorită demersurilor preşedintelui Traian Băsescu, eterogenă din punct de vedere ideologic şi fragilă[1] din perspectiva raporturilor de forţe în cadrul Parlamentului, nu a rezistat decât doi ani[2]. Rezultatul alegerilor nu a permis identificarea clară a forţei politice câştigătoare. Alegerile parlamentare au fost câştigate de Uniunea Naţională PSD + PUR, în timp ce alegerile prezidenţiale au fost câştigate de candidatul ADA, Traian Băsescu. Pentru prima dată în relativ scurta istorie a democraţiei româneşti, rezultatele alegerilor din 2004 dezvăluiau o voinţă populară scindată sau care îndemna la coabitare. A fost o premieră faptul că preşedintele ales nu era şi candidatul partidului sau al forţei politice câştigătoare a alegerilor parlamentare. Ambiguitatea care a planat asupra „adevăratului câştigător al alegerilor" avea să fie urmată de ambiguitatea ce a persistat o lungă perioadă din legislatura 2005-2008 în privinţa demarcaţiei dintre putere şi opoziţie.

Majoritatea iniţială, constituită de PSD-PUR-UDMR şi reprezentanţii minorităţilor naţionale, s-a instituit în momentul alegerii a doi lideri PSD în fruntea celor două camere ale Parlamentului (Adrian Năstase la Camera Deputaţilor şi Nicolae Văcăroiu la Senat). Totuşi, nu aceasta a fost şi majoritatea care urma să formeze

1. La Camera Deputaţilor, puterea PNL-PD-UDMR-PUR avea cu nouă mandate mai mult decât PSD şi PRM, în timp ce la Senat diferenţa era de doar trei mandate.
2. În decembrie 2006, PC îşi anunţa ieşirea de la guvernare şi intrarea în opoziţie.

și să susțină parlamentar guvernul învestit la 28 decembrie 2004. Învestirea Guvernului Tăriceanu a dezvăluit demarcația formală dintre putere și opoziție. PNL, PD, UDMR și PUR, partidele ce formau arcul guvernamental, alcătuiau puterea, în timp ce PSD și PRM reprezentau opoziția. Această demarcație clară între cele două componente ale unei vieți politice democratice a existat aproximativ doi ani. După aproximativ șase luni de la învestire, primele disensiuni evidente dintre liberali și democrați au apărut pe tema oportunității demisiei Guvernului Tăriceanu și forțarea alegerilor anticipate. O altă deficiență majoră a arcului guvernamental s-a manifestat la sfârșitul anului 2005, atunci când Legea privind statutul minorităților naționale din România, act normativ intens promovat de UDMR, a fost respinsă în Parlament, împotriva ei votând inclusiv parlamentarii PD și PC.

Fragilitatea alianței guvernamentale era însă previzibilă, din moment ce Alianța DA nu și-a înființat un grup comun la nivelul Camerei Deputaților, deși făcuse acest lucru la Senat. Această eludare *de facto* a existenței Alianței a fost consfințită prin acordul încheiat între partidele arcului guvernamental la o lună și jumătate de la învestirea guvernului[1]. Acordul consacra o coaliție de guvernare alcătuită din patru formațiuni: PNL, PD, UDMR și PUR. Dispariția *de facto* a Alianței DA a fost un element suplimentar ce a contribuit la vulnerabilitatea puterii.

Chiar dacă puterea a prezentat semne de slăbiciune încă de la început, ea a beneficiat de avantajul că și opoziția era dezbinată și oarecum debusolată. PSD nu își permitea din rațiuni de prestigiu și imagine să formeze un bloc de opoziție împreună cu PRM. În plus, după câștigarea alegerilor și pierderea guvernării, social-democrații erau ocupați să caute țapi ispășitori. Înlocuirea lui Adrian Năstase cu Mircea Geoană la vârful PSD[2] nu avea să marcheze sfârșitul frământărilor din acest partid, ci mai degrabă începutul unor lupte intense, care până atunci mocniseră în surdină sau fuseseră amânate din diferite considerente. În condițiile în care atât puterea, cât și opoziția manifestau vizibile slăbiciuni și fiecare în parte acționa neunitar și fără viziune, nu este întâmplător că actorul politic care s-a impus și a dominat scena politică a fost președintele Traian Băsescu. Acesta a avut cea mai bine definită agendă proprie, a acționat cu perseverență și a reușit să-și impună propriile teme în prim-planul dezbaterilor

1. http://www.bbc.co.uk/romanian/news/story/2005/02/050216_protocol.shtml.
2. Mircea Geoană a fost ales președinte al partidului în cadrul Congresului PSD din 21 aprilie 2005.

publice. Principalul adversar al Guvernului nu s-a dovedit a fi opoziţia parlamentară, ci mai degrabă titularul celeilalte instituţii componente a puterii executive – Preşedintele României.

Imediat după alegeri, separarea puterii şi a opoziţiei s-a făcut cu dificultate. Diferenţierea clară s-a manifestat pentru puţină vreme. Cel care a dinamitat prin acţiunile sale fragilul echilibru din cadrul puterii, dar şi dintre putere şi opoziţie a fost preşedintele. Presiunea exercitată asupra guvernului şi în special asupra premierului şi a PNL a luat aspectul unei opoziţii din interiorul puterii. La mai puţin de doi ani de la constituire, coaliţia de guvernământ a început să se dezintegreze. Apariţia unei „platforme" în interiorul PNL, coagulată în jurul lui Theodor Stolojan, care avea să se transforme apoi într-un partid pro-prezidenţial, precum şi ieşirea PC de la guvernare aveau să complice ecuaţia politică de până atunci, şi aşa pusă în dificultate. Până la eliminarea PD din Executiv, facţiunea liberală condusă de Stolojan s-a manifestat ca un critic al guvernării, îndeosebi al PNL, dar în acelaşi timp, în cadrul Parlamentului, vota alături de arcul guvernamental. Concomitent, PC, care ieşise de la guvernare şi se declara în opoziţie, îşi manifesta „deschiderea spre dialog" atât faţă de PSD (fireşte, am putea spune, din moment ce şi acest partid se afla în opoziţie), dar şi faţă de PNL, principalul partid aflat la guvernare. Acest comportament schizoid amplifica ambiguitatea şi anula în mare parte distincţia dintre putere şi opoziţie.

Eliminarea PD de la guvernare[1] nu a simplificat situaţia politică, dar a oferit posibilitatea instaurării unei relative stabilităţi, chiar dacă marcată în continuare de ambiguitate şi lipsă de transparenţă. Guvernul Tăriceanu II[2], o formulă minoritară din care făcea parte doar PNL şi UDMR (cele două partide aveau o pondere parlamentară de aproximativ 22%), a existat datorită susţinerii parlamentare condiţionate a PSD şi PC. Din acest moment, ambiguitatea care a planat asupra PLD şi chiar a PD, ca urmare a jocului dublu practicat, s-a transferat asupra PSD. Acest partid se declarase de opoziţie, dar deseori susţinea guvernul la nivelul Legislativului.

---

1. Pretextul scoaterii PD din guvern a fost refuzul unor miniştri democraţi de a semna Ordonanţa de Urgenţă prin care premierul Tăriceanu amâna alegerile pentru Parlamentul European. Data iniţială stabilită de Parlament a fost 13 mai 2007. Alegerile europene au avut loc la 25 noiembrie 2007.
2. A fost învestit de Parlament cu o largă majoritate, obţinând 302 voturi pentru şi doar 27 împotrivă.

În a doua parte a intervalului 2005-2008 s-au coagulat trei poli de putere/influență: gruparea guvernamentală PNL-UDMR, trinomul Traian Băsescu-PD-PLD, devenit binom prin fuziunea celor două partide, care a avut drept vârf de lance instituția prezidențială, și PSD, în jurul căruia a orbitat PC, ultimul pol activând în special la nivel parlamentar. Acest joc în trei a lăsat puțin spațiu de manevră pentru PRM, care a intrat într-un trend descendent, nevoit să oscileze între cele două mari partide aflate în opoziție (PSD și PD/PD-L). Lupta politică dintre cei trei poli de putere a făcut ca grilele de interpretare a evoluțiilor politice prin intermediul conceptelor de *stânga* și *dreapta* sau *putere* și *opoziție* să devină irelevante. Aceste cuvinte au devenit doar simple etichete utilizate la nivel discursiv. Dintre cei trei poli, cel ce s-a situat la mijloc a fost PSD. E greu de estimat cât din această poziționare s-a datorat unei opțiuni strategice asumate și cât s-a datorat pur și simplu conjuncturii politice. Apropierea maximă dintre polul guvernamental și PSD a avut loc în momentul suspendării președintelui[1]. Cea mai mare apropiere între binomul Traian Băsescu – PD-L și PSD s-a manifestat în momentul dezbaterii moțiunii „1.000 de zile de haos – Sfârșitul guvernării de dreapta", când Guvernul Tăriceanu II a fost la un pas de demitere[2]. Echilibrul fragil care a existat inițial între putere și opoziție s-a destrămat și a degenerat într-o luptă politică, nu atât între cei trei poli principali de putere reprezentați de principalele partide (PSD, PD-L și PNL), cât între asociații de grupuri aflate în competiție din interiorul acestor partide. PSD aproape s-a descompus într-o grupare ce susținea alianța cu PNL și o grupare ce promova cooperarea cu PD-L și Traian Băsescu. PD-L se structura în grupări divergente ce promovau alianțe contradictorii cu cele două mari partide (PSD și PNL) și noua grupare provenită din PLD, care a rămas în mare măsură neintegrată și tratată ca un corp străin. Până la urmă, și în cercul liberalilor nedisidenți a apărut un grup care își dorea refacerea ADA, mai degrabă decât alianța cu PSD. Ambiguitatea care a planat multă vreme asupra distincției dintre putere și opoziție poate fi considerată o provocare pentru un sistem democratic – în care se presupune că este necesară o distincție clară și transparentă

1. Președintele Traian Băsescu a fost suspendat de Parlament la 19 aprilie 2007, în 19 mai același an având loc referendumul privind demiterea președintelui. La referendum s-a înregistrat o prezență de 44,45%, 24,75% dintre cetățenii prezenți au votat pentru demiterea președintelui, iar 74,48% împotrivă, conform datelor BEC.
2. Moțiunea de cenzură nu a trecut datorită unui grup restrâns de social-democrați, grupați în jurul lui Ion Iliescu, care au votat altfel decât colegii lor de partid.

între cele două sfere pentru coerenţa actului de guvernare şi pentru o corectă atribuire a responsabilităţii fiecărui actor politic.

Coabitarea – o premieră

Deşi a refuzat categoric ideea coabitării pe care o sugerau rezultatele alegerilor din 2004, Traian Băsescu a avut totuşi parte de această experienţă după eliminarea PD de la guvernare. *De facto*, anii 2007 şi 2008 ar putea fi caracterizaţi din punct de vedere politic drept anii unei coabitări silite între forţe politice antagonice.

Se poate discuta pe marginea cauzelor care au condus, mai ales în a doua parte a legislaturii, la apariţia unei clivaj politico-instituţional evident între Preşedinte, pe de o parte, şi Guvern şi Parlament, pe de altă parte. Cert este că evitarea coabitării clasice[1], în care Guvernul şi, implicit, majoritatea parlamentară care îl susţine au o orientare politică diferită de a preşedintelui, a fost mai degrabă aparentă sau doar temporară. Preşedintele şi premierul învestiţi după alegerile din 2004 au reprezentat iniţial aceeaşi forţă politică (Alianţa DA), dar, după scindarea acestei alianţe, ei au sfârşit prin a reprezenta forţe politice nu doar diferite, ci chiar antagonice. Altfel spus, Traian Băsescu a evitat să coabiteze cu o majoritate formată în jurul PSD, dar a ajuns să coabiteze cu un guvern minoritar PNL-UDMR (anti-PD-L) şi o majoritate parlamentară mai largă, profund anti-prezidenţială. Neacceptând coabitarea propusă de electorat, Traian Băsescu a devenit subiectul unei coabitări „forţate" de jocurile politice ulterioare alegerilor. Chiar dacă s-a născut din evoluţii politice postalegeri şi nu este cel mai elocvent exemplu de coabitare, valoarea de precedent pe care o are pentru viaţa politică românească o face valoroasă prin implicaţiile sale atât pentru actorii politici, cât şi pentru alegători.

Coabitarea a stârnit nemulţumiri profunde în rândul actorilor politici implicaţi şi le-a produs slăbiciuni noi. Nici unul dintre aceştia nu a acceptat statu-quoul şi

1. Cel mai renumit, fără a fi şi singurul, este exemplul Franţei, unde, din momentul instaurării celei de-a V-a Republici (1958), coabitarea a fost experimentată în trei rânduri: 1986-1988 (Mitterrand-Chirac), 1993-1995 (Mitterrand-Balladur) şi 1997-2002 (Chirac-Jospin). În primele două cazuri, un preşedinte socialist a coabitat cu un guvern de dreapta. Ultimul exemplu de coabitare, ce s-a întins pe durata unei întregi legislaturi, a fost între un preşedinte de dreapta şi un guvern socialist.

fiecare a încercat să schimbe raportul de forțe în favoarea sa. Această încleștare generală a făcut ca sentimentul de campanie electorală permanentă să fie mai pregnant și mai prezent în spațiul public decât în trecut. Suspendarea președintelui și apoi organizarea referendumului pentru schimbarea tipului de scrutin au fost principalele bătălii care au marcat această primă coabitare. Principalul partid aflat la guvernare (PNL) a ales să susțină acțiunea de suspendare a președintelui inițiată de vechiul adversar din campania electorală din 2004 (PSD), pentru a contrabalansa presiunile constante la care era supus de către Traian Băsescu și aliații săi. De cealaltă parte, președintele a replicat, printre altele, cu inițierea referendumului pentru introducerea votului majoritar[1]. Dacă s-ar fi introdus un astfel de scrutin, care avantajează partidele mari și creează premisele pentru instituirea unui sistem bipartit, cel mai afectat partid ar fi fost tocmai PNL.

Coliziunile dintre forțele politice implicate în coabitare au ajuns adesea să fie arbitrate de Curtea Constituțională. Poate cel mai elocvent exemplu în acest sens este conflictul juridic de natură constituțională dintre președinte și premier în privința numirii în funcție a miniștrilor[2]. Lupta politică dusă până la ultima consecință legală și procedurală a fost și un test pentru fiabilitatea instituțiilor acestui sistem politic. Datorită în mare parte arbitrajului Curții Constituționale, regulile jocului au fost mai bine precizate, iar atribuțiile instituționale mai bine delimitate. Aceste lucruri pot fi trecute în categoria beneficiilor obținute de

1. Deși în dezbaterea publică s-a impus sintagma de „vot uninominal", de fapt, tipul de scrutin propus de președinte este unul majoritar cu două tururi derulat în circumscripții uninominale. La noi, accentul a fost pus pe unul dintre aspectele tehnice (alegerea unei persoane, nu a unei liste), și nu pe efectele acestui tip de scrutin, care de fapt sunt mult mai importante pentru sistemul politic. Or, unul dintre efectele scrutinului majoritar în două tururi este că încurajează bipartidismul și dezavantajează partidele mici, asigurând stabilitate guvernării, dar sacrificând reprezentarea diferitelor grupuri sociale. Pentru o prezentare mai detaliată a sistemelor de vot și a efectelor lor, vezi George Voicu, *Pluripartidismul. O teorie a democrației*, All, București, 1998.
2. Prin Decizia nr. 356 din 5 aprilie 2007, publicată în *Monitorul Oficial*, partea I, nr. 322, din 14 mai 2007, referitoare la numirea domnului Adrian Mihai Cioroianu în funcția de ministru al Afacerilor Externe, și Decizia nr. 98, din 7 februarie 2008, publicată în *Monitorul Oficial*, partea I, nr. 140, din 22 februarie 2008, referitoare la numirea doamnei Norica Nicolai în funcția de ministru al Justiției, Curtea Constituțională a stipulat că președintele nu are drept de veto în numirea miniștrilor, dar poate refuza motivat o singură dată o anumită persoană propusă de premier.

sistemul politic în urma experienţei. Per ansamblu însă, cu greu ar putea fi prezentată această coabitare ca un succes. Din perspectiva standardelor de conduită politică pe care le-a consacrat, experimentul coabitării a reprezentat o involuţie. Nivelul dezbaterilor publice a tins adesea spre trivialitate, iar politizarea instituţiilor şi utilizarea lor ca arme în lupta politică au şubrezit un sistem politic ce avea oricum propriile carenţe. În ciuda presiunilor, instituţiile au rezistat, chiar dacă pierderile de imagine şi încredere din partea cetăţenilor nu au putut fi evitate.

De la un preşedinte pentru liniştea unora la un preşedinte pentru neliniştea tuturor

Prin desemnarea ca premier a lui Călin Popescu Tăriceanu, Traian Băsescu a ignorat atât ierarhia politică rezultată din alegeri, cât şi majoritatea[1] ce se constituise la nivelul Parlamentului. Fără a încălca limitele constituţionale, preşedintele a forţat şi a reuşit crearea unei alte majorităţi. Nu vom insista asupra atribuţiilor preşedintelui şi a prevederilor constituţionale în privinţa desemnării premierului. Confruntat cu perspectiva unui rol minor pe scena politică în condiţiile în care în Parlament exista deja în stadiu incipient o majoritate politică ostilă, Traian Băsescu era obligat să blocheze accesul la guvernare al acestei majorităţi constituite în jurul PSD, pentru a-şi asigura un spaţiu de manevră mai larg şi un rol dominant pe scena politică.

În timp ce arcul guvernamental şi opoziţia erau fragmentate, fiind constituite din mai mulţi actori, Traian Băsescu era unul singur. Acest actor nu era nici fragmentat, nici măcinat de lupte interne, nici nu avea agende multiple pe care trebuia să le armonizeze prin negocieri şi, foarte important, nu accepta ideea interpretării unui rol minor. Nu este întâmplător faptul că Traian Băsescu s-a manifestat cel mai coerent şi a dominat detaşat scena politică. El a impus agenda politică, partidele fiind obligate să reacţioneze la temele, subiectele şi scandalurile iniţiate de preşedinte sau de oamenii din imediata sa apropiere.

1. La 21 decembrie 2004, Adrian Năstase şi Nicolae Văcăroiu au fost aleşi în fruntea celor două camere ale Parlamentului prin voturile PSD, PUR şi UDMR, iar a doua zi preşedintele Traian Băsescu l-a desemnat pentru funcţia de premier pe Călin Popescu Tăriceanu din partea Alianţei DA.

Mandatul lui Traian Băsescu a stat sub zodia „președintelui jucător". Această sintagmă, lansată chiar de Traian Băsescu, sintetiza aspirațiile lui de redefinire a rolului pe care urma să îl joace pe scena politică. Unii dintre cei care au încercat să interpreteze acest demers l-au situat fie în sfera „voinței de putere", a unei dorințe de putere ce depășea cadrul constituțional, fie l-au interpretat ca expresia unui demers pur reformist, al cărui obiectiv era optimizarea sistemului politic. Dincolo de aceste interpretări ce ar putea fi întemeiate parțial, considerăm că demersul lui Traian Băsescu este unul ce ține într-o măsură mai mare de temperamentul său și mai ales de identitatea sa politică. Așa cum un actor își dovedește măsura talentului în anumite roluri și mai puțin în altele, în funcție de profilul său uman, și un politician poate performa mai bine sau mai puțin bine într-o anumită funcție publică datorită calităților, cunoștințelor și abilităților personale. Fără a intra într-o analiză mai detaliată din perspectiva psihologiei politice, considerăm că funcția de președinte, așa cum este ea definită de Constituția României, nu este o poziție care să-i permită omului politic Traian Băsescu un maximum de performanță. Adecvarea la rolul președintelui în litera și spiritul Constituției ar fi însemnat automutilarea personajului prezidențial oferit de Traian Băsescu electoratului în 2004 și votat majoritar. În consecință, acesta a încercat să redefinească rolul președintelui în funcție de profilul propriei persoane.

Articolul 80, alin. 2, din Constituție[1] prevede că „Președintele României veghează la respectarea Constituției și la buna funcționare a autorităților publice. În acest scop, Președintele exercită funcția de mediere între puterile statului, precum și între stat și societate". Esența acestui articol e reprezentată de cuvintele *veghează* și *mediere*. Primul se referă la scop, al doilea reprezintă mijlocul. Una dintre acuzațiile aduse fostului președinte Ion Iliescu, care a insistat adesea asupra prerogativelor sale de mediere, a fost faptul că a permis îmbogățirea demnitarilor din bani publici, adică nu a vegheat la buna funcționare a instituțiilor. Traian Băsescu și-a asumat deschis scopul funcției prezidențiale (vegherea la buna funcționare a instituțiilor), dar a ignorat în mare parte mijlocul indicat de textul constituțional (medierea), preferând confruntarea.

Construirea consensului și coagularea energiilor politice sau sociale în jurul unor proiecte, deși sunt adesea anevoioase și presupun existența unui cumul de abordare strategică, diplomație și o cultură a dezbaterii publice, reprezintă mijlocul

1. Constituția României, publicată în *Monitorul Oficial*, partea I, nr. 767, din 31 octombrie 2003.

consacrat de urmărire a obiectivelor într-un sistem democratic. Or, Traian Băsescu a preferat calea impunerii prin ameninţare cu recurgerea la suportul popular, o resursă de care el beneficia într-o măsură mai mare decât ceilalţi actori politici. „Întoarcerea la popor", o sintagmă des utilizată de preşedinte, a fost arma pe care a fluturat-o adesea în confruntările cu adversarii. Nici în relaţiile cu partidul din care provenea nu s-a manifestat într-un mod sensibil diferit. A contribuit la impunerea la şefia partidului a unui personaj loial şi a încercat să limiteze influenţa „numelor grele" din partid care ar fi dorit poate impunerea unei alte linii politice a PD.

Obiectivele pe care şi le-a asumat preşedintele Traian Băsescu („reformarea clasei politice", schimbarea sistemului de vot, lupta împotriva corupţiei, clarificarea „moştenirii comuniste") au beneficiat de suportul unei segment important din societate. Însă atingerea acestor obiective a fost adesea compromisă din cauza modului în care a acţionat. Intransigenţa cu care şi-a urmărit obiectivele politice, precum şi modul abrupt în care a introdus anumite teme pe agenda publică i-au determinat pe ceilalţi actori politici să perceapă acţiunile sale nu ca izvorând dintr-un interes reformist, ci ca manifestarea dorinţei de a se impune şi a domina scena politică. Rezultatele obţinute au fost minime. Sistemul de vot a fost schimbat, însă într-o formă care a eludat aproape total intenţia preşedintelui (sistemul de vot majoritar în circumscripţii uninominale). Obţinerea unei majorităţi parlamentare pro-prezidenţiale prin intermediul alegerilor anticipate nu s-a realizat. Lupta anticorupţie a căzut în desuetudine. „Reforma clasei politice" a fost un obiectiv mult prea ambiţios şi care avea să fie infirmat prin rezultatele de la alegerile locale şi parlamentare din 2008. Condamnarea comunismului şi deschiderea arhivelor fostei Securităţi pot fi trecute în categoria obiectivelor atinse, însă, la aproape 20 de ani de la sfârşitul regimului comunist, acestea sunt subiecte care nu mai prezintă un interes major pentru mulţi dintre alegători şi cu greu ar putea fi considerate priorităţi naţionale sau necesităţi pentru dezvoltarea socioeconomică a ţării.

Sub asaltul preşedintelui, ceilalţi actori politici s-au regrupat pentru a rezista şi a contrabalansa scena politică. Derapajele în relaţia cu presa, licenţele de limbaj şi atacurile surprinzătoare la adresa adversarilor l-au transformat într-un personaj total imprevizibil, începând să fie perceput de opinia publică drept o sursă permanentă de conflict şi instabilitate. Pe parcursul anului 2008, preşedintele a manifestat o doză mai mare de prudenţă, atacurile politice scăzând în intensitate şi frecvenţă. Imaginea pe care şi-a impus-o însă în primii ani de mandat continuă să persiste.

Reorientări ideologice

Înainte de a analiza evoluțiile ideologice ce au avut loc în intervalul de timp pus în discuție, cred că sunt necesare câteva considerații generale privind spectrul ideologic al sistemului de partide românesc.

Mai întâi trebuie spus că, din punctul nostru de vedere, în România nu există o forță politică autentică de dreapta. Actorii politici semnificativi au o agendă de stânga și promovează politici publice de stânga, chiar dacă unii se revendică în calitate de reprezentanți ai „dreptei". Întrucât după 1989 în România nu s-a putut coagula o forță politică autentică de dreapta[1], stânga s-a divizat, s-a multiplicat și metamorfozat, ajungând să domine în diverse forme tot spectrul politic. Din FSN, continuatorul fostei nomenclaturi a PCR și al tehnocrației industriale (Pasti, 1995, pp. 234-267), s-au format două partide social-democrate: FDSN → PDSR → PSD și FSN → PD. După eșecul PNȚCD de la alegerile din 2000, singura forță parlamentară care s-a prezentat ca exponentă a „dreptei" a fost PNL. Acest partid nu era și nici nu avea cum să fie un reprezentant al „României profunde" (Hurduzeu și Platon, 2008, pp. 296-301). El a reprezentat interesele oamenilor de afaceri, ale capitalului, fără vreo distincție între cel românesc și cel internațional. În plus, prin politicile publice promovate în perioada în care a controlat Executivul[2], profilul politic al PNL a căpătat o consistentă tușă socială.

Alte două formațiuni parlamentare, PRM și PUR/PC, pot fi date și ele ca exemple de camuflare a stângii sub diverse forme aparent non-stânga. PRM a grupat reprezentanți ai național-comunismului și, deși a practicat un discurs naționalist, care a atras un semnificativ suport electoral, chiar dacă fluctuant de-a

1. Considerăm că principalele coordonate în care o dreaptă românească veritabilă poate exista sunt: apărarea și promovarea valorilor naționale și un conservatorism construit pe filon creștin-ortodox, ce își propune să reprezinte, printre altele, interesele României rurale. Au existat personalități care pot fi considerate exponenți (Petre Țuțea, țărăniștii Ioan Alexandru și frații Boilă, de exemplu) ai unei astfel de orientări ideologice, însă nu a reușit să se structureze o mișcare politică organizată. Astfel, baza socială a dreptei absente a ajuns să fie reprezentată la nivel politic mai degrabă de PSD, PRM și chiar PNG, ultimul partid instrumentalizând politic într-un mod foarte vulgar ideea creștină.
2. Mărirea pensiilor, creșterea punctului de pensie, extinderea și amplificarea programului „Cornul și laptele".

lungul timpului, nu poate fi considerat un partid de dreapta, din moment ce s-a opus ideii condamnării comunismului şi a valorizat predominant pozitiv evoluţiile regimului comunist din perioada lui Nicolae Ceauşescu. PRM a reunit caracteristici din ambele părţi ale spectrului, dar a avut mai degrabă caracterul unui partid „antisistem" decât al unei formaţiuni structurate pe criterii ideologice. PUR, devenit apoi PC, s-a prezentat drept un partid umanist, iar apoi social-liberal. Însuşi faptul că a intrat în Parlament prin alianţele încheiate cu PSD îi dezvăluie orientarea predominant de stânga.

Aşadar, înaintea alegerilor din 2004, la nivelul Parlamentului aveam, alături de stânga de provenienţă iliesciană (PSD), o stângă pragmatică (PD), un partid antisistem de coloratură naţionalistă (PRM), o stângă socioliberală (PUR) şi un partid mai degrabă centrist[1] (PNL). Unele dintre aceste partide şi-au asumat calitatea de reprezentante ale „dreptei" pentru a se diferenţia cumva de celelalte, mişcare înlesnită de vacuumul existent în dreapta spectrului politic. Trebuie precizat că Alianţa DA a fost susţinută de o întreagă coaliţie de ONG-uri şi intelectuali declaraţi de „dreapta", în special cei concentraţi în jurul Grupului pentru Dialog Social şi al *Revistei 22*. Or, este hilar să consideri pe cineva ca fiind de dreapta în condiţiile în care susţine o agendă dominată de teme multiculturaliste[2] şi progresiste, consideră ca fiind reacţionar orice apel la localism şi identitate naţională şi susţine ideea unei economii globalizate, dominată de marile corporaţii.

Mai trebuie spus că toate aceste forţe politice au fost în diverse grade pro-atlantice şi pro-europene. Simplificând, am putea spune că, datorită lor, România a trecut de la autarhismul comunist mascat prin internaţionalism proletar la globalismul corporatist. În acest cadru general, care au fost evoluţiile ideologice semnificative din perioada 2005-2008?

Mai întâi, PUR şi-a schimbat, odată cu denumirea, şi orientarea ideologică. Umanismul, o doctrină ce se revendica „dincolo de stânga şi dreapta"[3], dar care nu a împiedicat cu nimic partidul să se situeze din considerente de strategie,

1. Chiar şi la nivelul Parlamentului European, Grupul Alianţei Liberalilor şi Democraţilor pentru Europa la care este afiliat PNL ocupă mai degrabă o poziţie centristă, între PPE şi PES, votând cel mai adesea alături de socialişti.
2. Curent ideologic şi cultural care, ca şi *political correctness*, îşi are originea în mediile universitare de stânga din SUA.
3. Conform consideraţiilor enunţate pe site-ul partidului, www.partidulconservator.ro/istoric (accesat pe 3 ianuarie 2009).

politică mai mult la stânga în plan parlamentar, a fost înlocuită cu „doctrina conservatoare", care conform documentului statutar al PC „oferă repere teoretice și practice pentru soluționarea contradicțiilor majore manifestate în cadrul principalelor sisteme politice ale societății contemporane și are în centrul său valorile economiei de piață concurențiale și ale statului de drept"[1]. Această frază comică prin lipsa ei de conținut și presupunerea implicită că ar exista și o economie de piață neconcurențială este simptomatică pentru „profunzimea" reorientării doctrinare a partidului.

De fapt, la nivelul anului 2005, în contextul apropiatei admiteri a României în Uniunea Europeană și al necesității de a dobândi legitimitatea și recunoașterea externe, conducerea PUR a încercat să se afilieze uneia dintre marile familii politice continentale. La Congresul din 2005, când s-a decis schimbarea denumirii și a doctrinei partidului, s-a adoptat și o rezoluție prin care se propunea afilierea PC la Partidul Popular European (PPE). Toate demersurile realizate în acest sens au rămas însă fără rezultate, PD-L reorientându-se rapid și ocupând acest culoar al familiei europene populare/creștin-democrate. Ulterior s-a încercat și o afiliere la grupul liberalilor europeni[2], de asemenea fără succes. Motivația legitimității externe a stat la baza reorientării doctrinare a partidului și nu vreo schimbare în baza socială a partidului sau identificarea unui nou segment social din România care se cerea reprezentat. Lipsa de substanță a „umanismului" a fost perpetuată de un fals conservatorism.

Un alt partid care a încercat să-și redefinească identitatea și orientarea doctrinară tot pentru a obține recunoaștere externă și implicit legitimitate a fost PRM. În cazul PRM, tentativa de „schimbare a pielii" a părut a fi mai profundă, mergând pe alocuri până la întoarceri la 180 de grade în ceea ce privește atitudinea sa antiamericană și antisemită. Dar lipsa de coerență și de consecvență a liderului său a împiedicat orice fixare a partidului. Ca și PC, aspirațiile externe ale PRM (devenit pentru scurtă vreme Partidul Popular România Mare) s-au îndreptat tot către PPE. Rezultatul a fost similar. Din nou avem de-a face cu un exemplu reprezentativ pentru întreaga clasă politică autohtonă. Credința că niște simple artificii lingvistice și o subită convertire (mai mult declarativă, decât practică) la un oarecare curent ideologic pot convinge nu doar anumite instanțe externe, ci și

1. Vezi www.partidulconservator.ro/statut-doctrina (consultat la 3 ianuarie 2009).
2. http://www.cotidianul.ro/pc_a_batut_deja_la_usa_liberalilor_europeni-3215.html (accesat la 4 ianuarie 2009).

electoratul pare hilară, însă este mai curând tragică, sugerând lipsa de substanţă ce îi caracterizează pe unii dintre politicienii noştri. Partid „de lider", supus umorilor preşedintelui fondator, care i-a dat o pondere politică, dar nu a reuşit să-l consolideze, să-l „instituţionalizeze", PRM avea să sucombe politic în momentul în care C.V. Tudor nu a mai putut juca rolul de „locomotivă" din cauza decalajului dintre alegerile prezidenţiale şi cele parlamentare. A fost nevoit să candideze pentru o „simplă" funcţie senatorială, postură ce nu i-a oferit o vizibilitate similară cu cea a unei candidaturi la preşedinţie.

Mişcarea cea mai spectaculoasă a realizat-o însă PD. Acest partid social-democrat cu statut de observator în Internaţionala Socialistă a reuşit să devină membru al PPE, caz probabil unic în istoria vieţii politice europene. Ca toate celelalte partide româneşti, şi PD a încercat să obţină o afiliere europeană înainte de admiterea României în UE. Problema acestui partid era însă concurenţa pe plan intern cu un partid social-democrat mai puternic (PSD) şi care avea relaţii externe mai bune. Deşi atât PSD, cât şi PD erau afiliate Internaţionalei Socialiste şi se presupune că militau pentru valori şi principii comune, pe plan intern, ele se situau pe poziţii politice antagonice. PD a abandonat ideea social-democraţiei încă din 2003, odată cu primirea PSD în Internaţionala Socialistă, când nu a trimis nici un lider important la Congres şi a votat împotriva PSD. Posibilitatea PD de a răsturna raportul de forţe existent şi de a deveni principalul partid social-democrat al ţării era în acel moment foarte redusă. Ambele partide au depus cereri de admitere în Partidul Socialiştilor Europeni, însă doar PSD a fost acceptat. În aceste condiţii, PD a fost nevoit să caute o altă afiliere europeană, lucru care presupunea şi o altă orientare doctrinară.

PD a renunţat la statutul de observator din Internaţionala Socialistă şi la demersurile de a fi acceptat în Partidul Socialist European pentru a adopta în schimb o aşa-numită doctrină „populară", după care a aderat la Partidul Popular European. Reorientarea doctrinară a fost impusă şi de faptul că Internaţionala Socialistă a transmis semnale clare că în cazul României nu va accepta excepţia din cazul altor ţări cu mai mult de un partid înscris în rândurile sale. Nici în acest caz reorientarea nu a fost dictată de schimbarea anumitor condiţii sociopolitice interne, ci de simplul interes al racordării la anumite structuri de putere şi influenţă la nivel continental. Interesul local s-a întâlnit cu interesul popularilor europeni de a fi reprezentaţi în România de un partid cu o pondere parlamentară semnificativă. PNŢCD şi UDMR, deşi erau formaţiuni membre ale PPE, nu

reprezentau forţe politice suficient de puternice pentru a garanta o prezenţă semnificativă în Parlamentul European a curentului „popular" din partea României.

Pentru a câştiga legitimitate ca partid politic proclamat de „dreapta", PD/PD-L va încerca şi va reuşi, în mare parte prin aportul lui Traian Băsescu, să monopolizeze unele teme specifice dreptei, precum condamnarea comunismului, deschiderea arhivelor fostei Securităţi, atacarea constantă a stângii, dar nu de pe poziţii ideologic-valorice, ci printr-un discurs moralizator de condamnare a „corupţiei". Poate că cel mai potrivit mod de a sintetiza ansamblul reorientărilor doctrinare motivate de „imperativele integrării" e un citat din Groucho Marx: „Acestea sunt principiile mele. Dacă nu îţi plac, am altele".

Slaba racordare la viaţa politică europeană

Primele alegeri pentru Parlamentul European desfăşurate în România sunt semnificative tocmai prin lipsa de importanţă ce li s-a acordat şi amatorismul cu care au fost tratate de către partide. Paradoxul este că, după ce mai bine de un deceniu clasa noastră politică a susţinut aproape unanim „necesitatea" integrării şi a făcut din pro-europenism o valoare intangibilă şi indiscutabilă, a tratat oarecum cu condescendenţă participarea la primele alegeri europene. Abordarea a creat impresia unei plictiseli provocate de îndeplinirea unei obligaţii sâcâitoare.

Nici un partid nu a aruncat în luptă lideri de primă mărime, ci a preferat să apeleze la lideri secunzi. PD l-a pus în fruntea listei sale pe Sorin Frunzăverde, un lider local important, dar care în ultimii ani fusese o prezenţă mai curând discretă în prim-planul scenei publice. Frunzăverde a fost unul dintre artizanii apropierii PD de popularii europeni. PSD a preferat să îşi deschidă lista electorală cu Titus Corlăţean, un politician tânăr şi fără notorietate, plasându-l pe mult mai titratul Adrian Severin pe poziţia a doua, situaţie ce exprimă mai curând lupta internă din PSD decât interesul pentru problematica europeană. PNL a mizat pe două personalităţi cunoscute, dar neasociate până atunci cu partidul, Daniel Dăianu şi Renate Weber. Nici unul dintre ei nu era un politician neprofesionist. Este adevărat şi faptul că miza acestor alegeri era relativ redusă pentru succesul în politica internă. Nici un partid important nu a ştiut să utilizeze activitatea de la Bruxelles ca pe un atu electoral. Alegerile organizate în 2007 ofereau accesul la un mandat scurt, de numai doi ani, pentru că abia în 2009 vor avea loc primele alegeri europene „la termen".

În dezbaterile preliminare din interiorul partidelor pentru alcătuirea listelor electorale au existat două fenomene. S-au manifestat, pe de o parte, concurenţa între politicienii tineri şi/sau cu o notorietate mai mică pentru a fi incluşi pe liste şi, pe de altă parte, reticenţa sau chiar opunerea liderilor importanţi de a se implica, aceştia având posibilitatea de a ocupa prima poziţie şi, implicit, un rol de locomotivă pentru partidele lor, dar considerând că accesul la o funcţie de europarlamentar reprezintă mai degrabă un exil şi o îndepărtare a lor din jocurile de putere interne. Dintre cei 35 de europarlamentari aleşi, 12 au fost femei. Aparent, acest lucru poate fi considerat un semn bun pentru un sistem politic puternic masculinizat (AEP, 2004, pp. 51-52). În realitate, este excepţia care confirmă regula. În primul rând, indică un interes mai scăzut faţă de aceste alegeri din partea politicienilor de primă mărime, iar în al doilea rând reprezintă dorinţa partidelor româneşti de a-şi crea o aură de „europenism", promovarea tinerilor şi a femeilor în politică fiind percepută ca un lucru care „dă bine".

Conform unui raport de monitorizare a presei, „pe parcursul campaniei electorale, s-a remarcat tendinţa partidelor de a trimite la dezbaterile televizate candidaţi plasaţi pe locuri mai puţin eligibile pe listele pentru alegerile europarlamentare" (AMP, 2007, p. 6). Conform aceluiaşi raport, în presa scrisă „nu a fost identificat nici un candidat în calitate de sursă enunţătoare de probleme europene" (AMP, 2007, p. 25). Semnificativ şi pentru gradul de interes al societăţii în ansamblu este faptul că doar două posturi de televiziune au organizat dezbateri în campania electorală pentru europarlamentare (TVR1 şi Realitatea TV). Simultan cu alegerile pentru Parlamentul European a fost organizat, din iniţiativa preşedintelui, şi referendumul pentru schimbarea tipului de scrutin. Acest lucru a generat confuzie şi o amalgamare a temelor dezbătute. Dacă politicienii au considerat că aceste alegeri nu prezintă o miză deosebită, în acelaşi fel le-au perceput şi cetăţenii, care s-au prezentat la vot în proporţie de doar 29,46%[1]. Dezinteresul manifestat faţă de alegerile europene, mimetismul ideologic stimulat de dorinţa afilierii formale la anumite familii politice europene, slaba activitate la nivelul instituţiilor europene şi ignorarea temelor dezbătute la nivel continental dezvăluie europenismul lipsit de conţinut pe care îl practică partidele româneşti.

1. Prezenţa este apropiată de media ratei de participare de aproximativ 30% a ţărilor care au aderat de curând la UE, înregistrată la alegerile europene din 2004.

Concluzii

Este utilă și necesară pentru un regim democratic o separare clară a puterii și a opoziției? Utilă da, necesară poate mai puțin. Fără o astfel de delimitare, atribuirea responsabilității actului de guvernare este însă dificil de făcut. Cetățenii se vor afla în dificultate atunci când vor fi chemați la urne pentru a acorda sancțiuni sau recompense electorale. Un sistem politic poate experimenta și perioade în care responsabilitatea actului de guvernare să nu fie asumată în mod transparent. Problema care survine pe termen lung este că sfera politicului pierde din credibilitate, iar persistența unei astfel de situații erodează ideea de democrație.

Majoritatea parlamentară ambiguă care s-a manifestat în a doua parte a intervalului 2005-2008 s-a creat nu atât pentru a susține guvernul, cât împotriva președintelui. Așadar nu am avut o majoritate parlamentară pro-guvernamentală, cât mai degrabă una antiprezidențială. Solidaritatea împotriva acțiunilor șefului statului a fost primordială și doar în plan secundar această majoritate parlamentară a oferit implicit și un sprijin pentru guvernul minoritar PNL-UDMR. Complexitatea dificilei ecuații politice rezultate în urma alegerilor din 2004 s-a accentuat pe măsură ce evoluțiile actorilor politici au devenit tot mai centrifuge. Blocurile electorale care se coagulaseră înaintea alegerilor din 2004 s-au spart ulterior, iar apropierile și alianțele temporare s-au realizat în funcție de interesele de moment. Nici un actor nu a lăsat impresia că urmărește o strategie pe termen lung.

Una dintre concluziile care se pot desprinde studiind evoluția președintelui Traian Băsescu ar putea fi faptul că este mult mai ușor să provoci o criză a sistemului politic decât să îl reformezi. Doar actorii politici care nu sunt avantajați de statu-quo militează cu adevărat pentru „reformarea sistemului politic". Această sintagmă pompoasă încearcă să acopere la nivel discursiv intenția unei/unor forțe politice de a schimba regulile jocului, anticipând un anumit avantaj politic, electoral sau de prestigiu după acest demers. Reorientările doctrinare din perioada 2005-2008 au fost motivate de interesul partidelor românești de a se racorda la familiile politice care activează la nivel continental. Era un lucru necesar din perspectiva mai largă a integrării europene a României. Modul în care s-a făcut această acuplare a forțelor politice autohtone la grupurile politice coagulate la nivel european a dezvăluit o dată în plus slăbiciunea construcțiilor politice autohtone. Ușurința cu care s-a renunțat la anumite identități doctrinare, dezinvoltura

cu care au fost adoptate alte afilieri ideologice şi lipsa de consistenţă doctrinară în general sunt manifestările unui sistem de partide care „pluteşte" deasupra societăţii. *Partidele româneşti nu au o bază socială reală, ele au doar „bazine electorale" într-o continuă erodare.* Ele nu s-au născut din nevoia anumitor categorii sau clase sociale de a fi reprezentate politic, ci îşi au originea în „suprastructura" socială moştenită de la regimul comunist. Ele s-au impus în societate de sus în jos, iar societatea incapabilă să dea naştere unor alte forţe politice a fost nevoită să aleagă din oferta existentă.

Perioada 2005-2008 a fost una a conflictului instituţionalizat şi a instabilităţii politice permanentizate. Dar acest aspect nu a fost în totalitate negativ pentru evoluţia sistemului politic. În această perioadă s-au înregistrat câteva premiere notabile: prima coabitare, prima suspendare a unui preşedinte, primul referendum organizat la iniţiativa preşedintelui şi primele alegeri pentru Parlamentul European. Primele două evenimente, precum şi alte coliziuni instituţionale, unele rezolvate prin medierea Curţii Constituţionale, au demarcat mai bine limitele sistemului şi regulile jocului politico-instituţional. Dacă acest fapt constituie o premisă suficientă sau nu pentru o mai bună funcţionare a sistemului politic în viitor, urmează să constatăm după următorul ciclu electoral.

Bibliografie

Agenţia de Monitorizare a Presei (AMP). Temele europene şi alegerile europene în presă. http: //media.hotnews.ro/media_server1/document-2007-12-12-2084959-0-raport--europarlamentare.pdf.

Autoritatea Electorală Permanentă (AEP). Cartea albă a alegerilor parlamentare şi prezidenţiale. http: //www.roaep.ro/ro/getdocument.php?id=630.

Autoritatea Electorală Permanentă (AEP). Raport asupra organizării şi desfăşurării alegerilor membrilor din România în Parlamentul European din 25 noiembrie 2007. http: //www.roaep.ro/ro/getdocument.php?id=631.

Constituţia României. http: //www.cdep.ro/pls/dic/site.page?id=339.

Hurduzeu, Ovidiu şi Mircea Platon. 2008. *A treia forţă: România profundă*. Bucureşti: Logos.

Pasti, Vladimir. 1995. *România în tranziţie. Căderea în viitor.* Bucureşti: Nemira.

Percepţii sociale în perioada preelectorală

Emil Târâlă

Praxisul politic în cadrul democratic contemporan a ajuns să fie de neconceput în absenţa sondajelor de opinie. Sintagme precum „studierea opiniei publice", „luarea pulsului populaţiei" sau „identificarea agendei publice" exprimă în esenţă acelaşi lucru : interesul pentru ceea ce gândesc oamenii şi cum se raportează ei la anumite situaţii, evenimente sau fenomene sociale. Interesul politicienilor pentru „starea de spirit" a populaţiei este mult mai acut şi mai intens în democraţie – un sistem în care politicienii se supun periodic evaluării electoratului. De altfel, însuşi „părintele" sondajelor de opinie fundamentate ştiinţific, George H. Gallup, a susţinut că, prin demersul său, intenţiona să consolideze şi să extindă democraţia în SUA (Henn, 1980, p. 280).

Pentru politicieni este important să ştie ce gândesc guvernaţii, cum se raportează aceştia la anumite evenimente sau decizii trecute ori viitoare. Pentru oamenii politici, una dintre tentaţiile care vin odată cu această cunoaştere a socialului este cea de a se poziţiona întotdeauna favorabil în raport cu opinia publică, de a-şi însuşi fără discernământ opiniile dominante sau populare. Presupoziţia sau prejudecata pe care se bazează această atitudine este aceea că „poporul nu trebuie contrazis" şi că, spunându-i „poporului" ceea ce vrea să audă, se poate obţine un plus de simpatie, uşor convertibil în succes electoral. Ideea „guvernării prin sondaje", a fundamentării acţiunii politice pe cercetările sociologice prezintă o serie de avantaje deosebite (identificarea publicului-ţintă, a subiectelor de interes general, evaluarea suportului popular pentru personalităţi, organizaţii şi politici etc.), însă nu trebuie absolutizată. *Vox populi* nu coincide întotdeauna cu *vox dei*. Putem accepta formula *vox populi, vox dei* ca formulă de consacrare simbolică a

BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

legitimităţii provenite din alegeri. Dar, în acţiunea politică, a ţine cont în mod excesiv de opinia publică se poate dovedi contraproductiv. Informaţia accesibilă liderului politic poate fi mai consistentă şi mai bine documentată decât cea la care are acces publicul larg, respondenţii sondajelor. Acest lucru îi permite omului politic să distingă mai clar între ceea ce se poate şi ceea ce nu se poate realiza spre deosebire de majoritatea cetăţenilor. Este o dovadă de responsabilitate din partea politicianului să contrazică opinia publică atunci când acest lucru se impune. Per ansamblu, cercetarea socială prezintă certe avantaje, motiv pentru care a devenit indispensabilă oricărei acţiuni politice profesioniste.

În acest articol vom încerca să zugrăvim contextul social preelectoral, pornind de la percepţiile cetăţenilor, grupate în jurul câtorva coordonate : starea de spirit, agenda publică, încrederea în instituţii, schimbarea sistemului de vot şi orientarea ideologică a cetăţenilor.

„Starea de spirit" la debutul anului electoral 2008

Cunoaşterea „stării de spirit" (percepţia subiectivă a vieţii) a populaţiei este un element esenţial pentru fundamentarea acţiunii politice şi creionarea oricărei oferte electorale. Accesul la această informaţie ajută la o mai bună alegere a tipului/tipurilor de discurs politic ce urmează a fi utilizat(e) în campania electorală şi a temelor abordate.

Aşadar care a fost „starea de spirit" a populaţiei la debutul anului electoral 2008? Mircea Comşa (2007) a evaluat starea generală de spirit a populaţiei utilizând trei indicatori : satisfacţia faţă de *traiul din prezent*, evaluarea *traiului de acum* comparativ cu anul trecut şi evoluţia aşteptată a *traiului în viitor*. El a luat în calcul doar aprecierile negative relativ la aceşti indicatori şi le-a studiat evoluţia pe parcursul ultimelor trei cicluri electorale : 1996-2000, 2000-2004 şi 2005-2007. S-a constatat că, în cazul primului ciclu electoral, evaluările negative s-au dublat sau chiar triplat spre final faţă de începutul perioadei. În al doilea ciclu electoral, ponderea evaluărilor negative a scăzut foarte mult. În fine, pentru ultimul ciclu electoral, evaluările au fost cel mai puţin negative, cu precizarea că ultimele date disponibile ale autorului vizează primele 36 de luni ale acestui ciclu electoral[1]. O altă constatare pe care autorul o face este aceea că, la finalul ciclului electoral, în

1. Un ciclu electoral întreg are 48 de luni.

preajma alegerilor locale, cei trei indicatori manifestă o tendinţă de îmbunătăţire. Această evoluţie este asociată cu aşteptările pozitive legate de începutul unui nou ciclu electoral. Mircea Comşa, fără a fi singurul, a constatat o concordanţă între ciclurile electorale şi fluctuaţia stării de spirit a populaţiei: „Fiecare dintre alegerile generale aduce cu sine un nou ciclu electoral şi, odată cu acesta, o reluare a ciclurilor de încredere/neîncredere respectiv speranţă/dezamăgire (frecvent menţionatul fenomen de erodare a puterii)" (Comşa, 2007, p. 22).

Eurobarometrul 68 (toamna 2007) a evaluat starea de spirit după o metodologie puţin diferită, dar care urmăreşte în mare parte acelaşi lucru: măsurarea percepţiilor cu privire la starea actuală şi cuantificarea aşteptărilor legate de viitor. Alţi termeni pe care realizatorii cercetării i-au utilizat pentru desemnarea celor două componente au fost *satisfacţia* şi *optimismul*. După cum se poate constata din tabelul următor, segmentul celor nemulţumiţi de viaţa lor era dominant, însă, indiferent de satisfacţia faţă de viaţă, existau mai mulţi optimişti decât pesimişti. Interesant este şi faptul că România era ţara cu cel mai important segment de „nemulţumiţi optimişti" din Uniunea Europeană.

Tabelul 1. *Starea de spirit*

			%
Nemulţumiţi	„Va fi la fel de rău."	Nemulţumiţi şi în viitor	26
	„E rău, dar va fi mai bine."	Nemulţumiţi optimişti	13
	„E rău şi va fi şi mai rău."	Nemulţumiţi pesimişti	10
Mulţumiţi	„Va fi şi mai bine."	Mulţumiţi optimişti	28
	„Va fi la fel de bine."	Mulţumiţi şi în viitor	19
	Altele		4

Sursa datelor: *Eurobarometrul 68*

În ceea ce priveşte optimismul social, acesta este mai redus decât cel personal, însă mai ridicat în cazul României faţă de media din noile state membre ale UE şi chiar faţă de membrii vechi ai Uniunii. Pentru a elimina eventualele neînţelegeri, vom face precizarea că optimismul social, aşa cum reiese din raportul *Eurobarometrului*, cuantifică percepţiile privind evoluţia viitoare a economiei naţionale, în timp ce optimismul personal are în vedere aşteptările legate de destinul individual.

Tabelul 2. *„Care sunt aşteptările dumneavoastră pentru următoarele 12 luni..." (%)*

		România	NSM 10	UE 15	Total
Situaţia economică a ţării	Mai bună	33	24	23	24
	Mai proastă	16	26	27	6
	La fel	42	41	45	4
	Nu ştiu	8	9	5	6
		100	100	100	100
Situaţia locurilor de muncă	Mai bună	30	31	25	26
	Mai proastă	20	20	27	25
	La fel	40	43	43	43
	Nu ştiu	11	6	5	6
		100	100	100	100

Sursa: *Eurobarometrul 68*

Deşi ambele cercetări prezentate mai sus se referă la „starea de spirit" a populaţiei, ele utilizează metodologii diferite de măsurare a acesteia. Rezultatele nu pot fi echivalate sau analizate comparativ. Considerăm însă că cele două abordări sunt complementare şi ne ajută să prezentăm o imagine de ansamblu a percepţiei populaţiei cu privire la satisfacţia personală şi la aşteptări. Înaintea anului electoral, deşi mulţi români erau nemulţumiţi de viaţa pe care o duceau, aveau aşteptări pozitive. La acel moment, informaţiile privind rezultatele economice ale ţării erau mai mult decât optimiste, iar subiectul „criză" nu îşi făcuse loc în prim-planul dezbaterii publice. Subiectul nu a fost inclus în vreun fel în campania electorală de la alegerile locale. În debutul campaniei electorale pentru alegerile parlamentare, principalele oferte electorale erau construite în jurul ideii redistribuirii bogăţiei sau a modului de utilizare a resurselor bugetare. Pe măsură ce ştirile despre falimentele unor importante instituţii financiare străine se înmulţeau, iar spectrul dificultăţilor economico-financiare devenea tot mai prezent, subiectul „criză" şi-a făcut loc în discursul politic.

BCU IAŞI CENTRU UNIVERSITAR LIBRARY

Agenda publică în anul 2008

Există la nivelul spaţiului public o anumită confuzie între sintagme cum ar fi „agenda publică", „agenda personală" şi „agenda guvernamentală". Există tendinţa, mai ales în mediile jurnalistice, de a considera că agenda publică se referă la temele prioritare ale administraţiei centrale. O altă confuzie planează asupra sintagmei „agenda populaţiei", care uneori este utilizată pentru a face referire la ierarhia problemelor generale cu care se confruntă ţara sau societatea, aşa cum este ea percepută de către populaţie, iar alteori este utilizată pentru a exprima principalele probleme cu care se confruntă cetăţenii la nivel personal (în fapt, aceasta constituie agenda personală).

Pentru a elimina perpetuarea acestor confuzii prin intermediul prezentului articol, vom considera „agenda publică" drept ansamblul problemelor pe care oamenii le consideră importante pentru comunitatea lor şi care trebuie să constituie preocuparea guvernanţilor. Pentru a înţelege mai bine modul de formare şi locul pe care îl ocupă agenda publică în sistemul social, vom face apel la următorul model conceptual (McQuail şi Windahl, 1993):

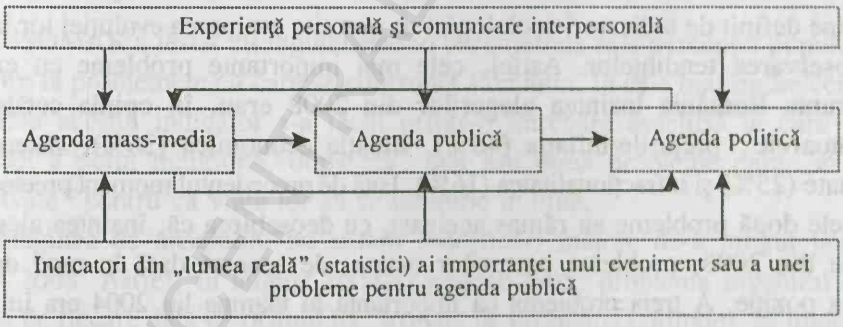
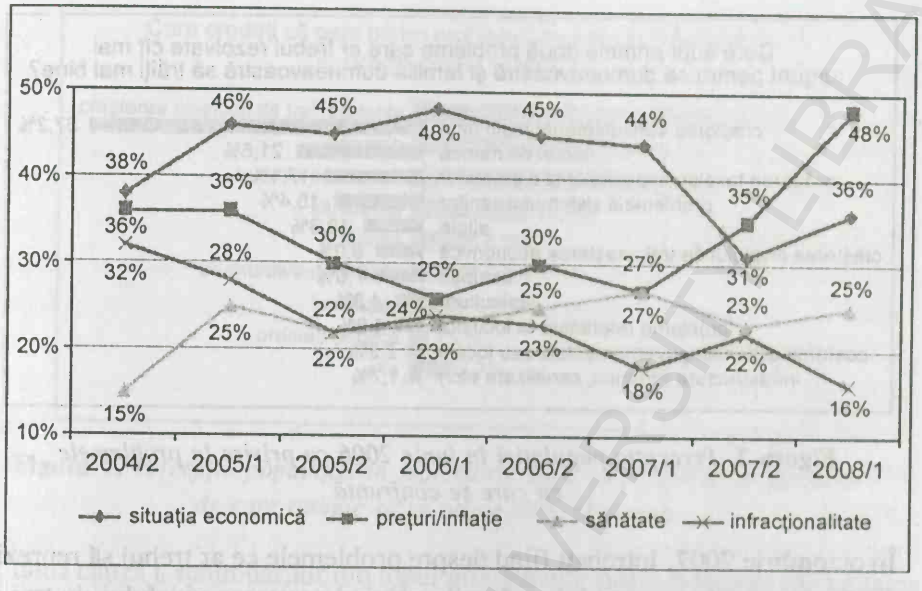


Figura 1. *Model conceptual pentru agenda* setting

Problemele cu care se confruntă populaţia la un anumit moment, cele pe care ea însăşi le defineşte şi le recunoaşte ca atare, reprezintă un indicator al stării socioeconomice a ţării. Agenda publică e influenţată de experienţele personale şi de mass-media. Politicianul, ca reprezentant al cetăţenilor, îşi adecvează mai mult sau mai puţin propria agendă în funcţie de ceea ce populaţia resimte ca fiind nevoi şi priorităţi de acţiune.

Cercetarea agendei publice prezintă însă anumite limite. Cel mai adesea, ea oferă o informaţie preţioasă pentru un demers explicativ-comprehensiv, dar este mai puţin valoroasă din punct de vedere proiectiv. Politicianul poate să preia tocmai această sarcină a „contopirii" informaţiilor despre trecut şi prezent într-un proiect pentru viitor. Ecartul dintre agenda populaţiei şi agenda politicului poate fi expresia unei strategii ale cărei rezultate concrete pot fi mai greu de intuit de individul ancorat în prezent şi preocupat în primul rând de problemele cu care se confruntă în mod direct. Astfel, politicul poate fi înţeles ca un proces ambivalent, puternic marcat de efectele unor interacţiuni complexe: nu doar omul politic este influenţat în acţiunile şi mesajele sale de către cerinţele sociale, ci chiar el poate încerca să impună, să configureze nevoile cetăţenilor. Dar una dintre întrebările care ne preocupă este în ce măsură s-au schimbat problemele pe care le resimte populaţia României şi ordinea priorităţilor de-a lungul ultimilor ani? Sau, şi mai interesant pentru subiectul nostru, apar aspecte noi în perioadele premergătoare scrutinelor electorale, atunci când fiecare candidat devine mai apropiat de cetăţean şi parcă mai atent şi mai dornic de a-l asculta şi de a-i soluţiona problemele?

Una dintre sursele pe care le putem utiliza pentru a prezenta agenda publică, aşa cum s-a structurat ea la nivelul anului 2008, este *Eurobarometrul*. Avantajul acestei cercetări este dat de caracterul său diacronic. Măsurarea periodică a unui set bine definit de indicatori sociologici ne permite evaluarea evoluţiei lor în timp şi observarea tendinţelor. Astfel, cele mai importante probleme cu care se confrunta România înaintea alegerilor din 2008 erau, în opinia cetăţenilor, următoarele: preţurile/inflaţia (48%), situaţia economică (36%), sistemul de sănătate (25%) şi infracţionalitatea (16%). Faţă de precedentul moment preelectoral, primele două probleme au rămas aceleaşi, cu deosebirea că, înaintea alegerilor locale din 2008, problema preţurilor ocupa, de această dată în mod detaşat, prima poziţie. A treia problemă ca importanţă în toamna lui 2004 era infracţionalitatea, spre sfârşitul ultimului ciclu electoral fiind devansată de sistemul de sănătate.



Notă. Pe axa orizontală sunt reprezentate cercetările bianuale ale *Eurobarometrului*. Primul număr reprezintă anul, iar al doilea indică valul cercetării: 1 – primăvara, 2 – toamna.

Figura 2. *Evoluţia percepţiei asupra principalelor probleme de pe agenda publică*

INSOMAR a testat cu regularitate în barometrele sale percepţia populaţiei cu privire la problemele cu care se confruntă România. În cele mai multe cercetări, testarea acestui indicator s-a făcut printr-o întrebare deschisă la care fiecare subiect a putut menţiona, după caz, una sau două probleme care „ar trebui rezolvate" pentru ca viaţa lor să se schimbe în bine.

Imaginea de ansamblu nu suferă modificări majore de-a lungul perioadei 2004-2008. Astfel, în august 2004 şi august 2005, problema nivelului de trai apare de fiecare dată pe primul loc, urmată de problema corupţiei. În iunie 2006, lucrurile suferă o anumită modificare ce poate fi urmarea modului de construcţie a întrebării (vezi figura 3). Populaţia nu a mai fost întrebată în legătură cu cea mai gravă problemă a României, ci despre problema care ar trebui cât mai urgent rezolvată pentru ca subiectul şi familia acestuia să trăiască mai bine. Problema veniturilor continuă să fie pe primul loc, în timp ce rezolvarea problemei corupţiei – o temă foarte frecventă la nivel mediatic – nu este percepută ca având o mare contribuţie la îmbunătăţirea propriei vieţi.

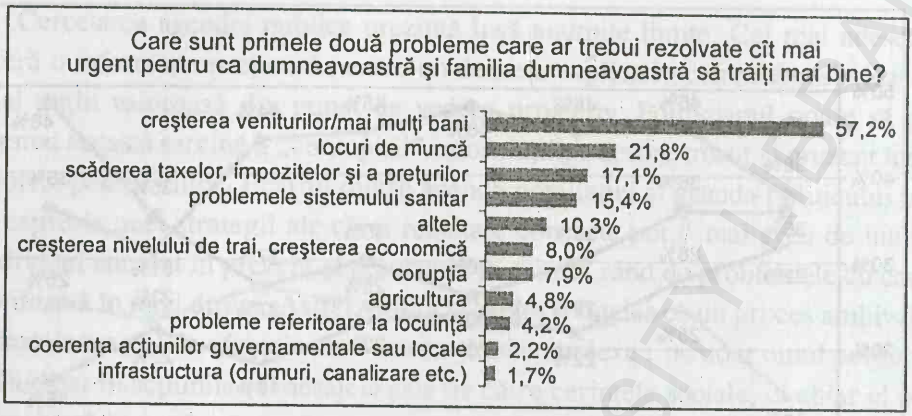


Figura 3. *Percepţia populaţiei în iunie 2006 cu privire la problemele cu care se confruntă*

În octombrie 2007, întrebaţi fiind despre problemele ce ar trebui să reprezinte priorităţi pe agenda guvernului, măsurile privind creşterea nivelului de trai şi a veniturilor au fost, de asemenea, cele mai des menţionate de către respondenţi. Acţiunile anticorupţie au fost privite ca mai puţin importante, fiind devansate de probleme precum investiţiile în infrastructură, reducerea şomajului sau stimularea creşterii economice. În septembrie 2008, în proximitatea alegerilor, când INSOMAR a revenit la testarea acestor aspecte, putem constata că, din nou, corupţia a revenit pe poziţia a doua în ierarhia problemelor de care ar trebui să se ocupe viitorul guvern (vezi figura 4).

Explicaţiile privind alternanţa problemelor percepute de către populaţie sunt multiple. O primă cauză poate fi evoluţia discursului mediatic şi chiar schimbările din discursul actorilor politici. Acest aspect este interesant de urmărit printr-o analiză comparativă între ierarhia răspunsurilor la întrebările deschise (cele în care s-au putut menţiona liber anumite probleme) şi ierarhia răspunsurilor la întrebările închise (cele în care s-au prezentat mai multe seturi de probleme din care să fie alese cele mai importante de rezolvat). În cazul răspunsurilor spontane, problema corupţiei apare întotdeauna undeva mai sus în ierarhie şi înregistrează un procent mai mare. Explicaţia poate consta în faptul că respondenţilor le este mai uşor să menţioneze o temă atât de vehiculată în discursul public, chiar dacă la nivel personal nu sunt direct afectaţi de această problemă.

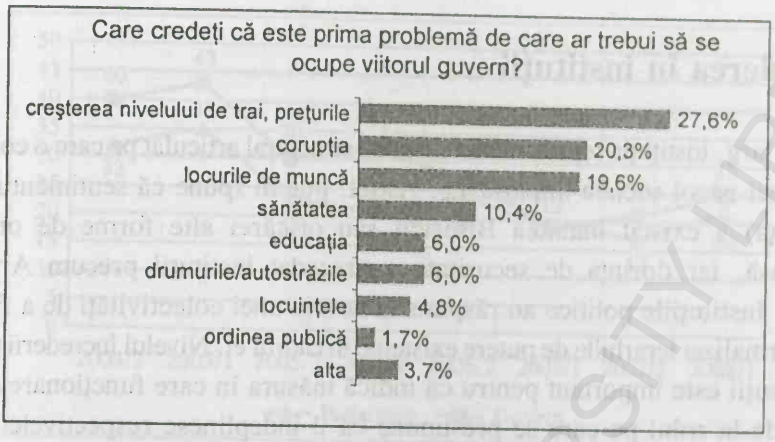


Figura 4. *Percepția populației în septembrie 2008 cu privire la problemele de care trebuie să se ocupe viitorul guvern*

A doua cauză a schimbărilor din topul problemelor poate fi tocmai modalitatea diferită de măsurare amintită anterior (testarea acestui indicator fie prin întrebări deschise, fie prin întrebări închise). Interpretarea răspunsurilor la o întrebare trebuie să țină cont de modul de formulare a întrebării și de tipul ei. În cazul chestionarului utilizat pentru *Eurobarometru*, itemi precum „corupția" sau „infrastructura" nu sunt incluși printre opțiunile de răspuns. Or, în cazul României, „corupția" și „starea drumurilor" reprezintă probleme mult mai pregnante decât în alte țări. Neincluderea lor în lista cu probleme din care respondentul trebuie să aleagă modifică inevitabil ierarhia agendei publice rezultate din cercetare.

Chestionați în septembrie 2008 de către INSOMAR în legătură cu „modul în care merg acum treburile în societatea românească", 58% dintre respondenți erau de acord cu afirmația că „trebuie făcute schimbări din temelii". Acest lucru nu a fost și nici nu putea fi surprins prin intermediul întrebărilor clasice privind agenda publică. Importanța lui este însă deosebită. Se devoala existența unor așteptări latente în rândul cetățenilor pentru schimbări radicale. Asupra semnificațiilor acestui orizont de așteptare vom mai reveni pe parcursul articolului.

Per ansamblu, chiar dacă există unele diferențe în privința structurii agendei publice – în funcție de metodologia utilizată în cercetare –, în fruntea problemelor cu care se confruntau românii înaintea momentului electoral din 2008 erau plasate aspectele economice (nivelul de trai, prețurile, locurile de muncă). Demersul nostru a urmărit oferirea unor perspective complementare, cu valențe descriptive, și nu realizarea unei demonstrații apelând la surse diverse de informare.

Încrederea în instituţii

În sens larg, instituţia reprezintă un răspuns structural articulat pe care o colectivitate îl dă unei nevoi sociale împărtăşite. Astfel, putem spune că sentimentul religios (credinţa) a existat înaintea Bisericii sau oricărei alte forme de organizaţie religioasă, iar dorinţa de securitate a precedat instituţii precum Armata sau Poliţia. Instituţiile politice au răspuns la nevoia unei colectivităţi de a fi condusă şi au formalizat ierarhiile de putere existente în cadrul ei. Nivelul încrederii populaţiei în instituţii este important pentru că indică măsura în care funcţionarea acestora răspunde la rolul pe care se presupune că îl îndeplinesc respectivele instituţii. Încrederea populară este şi un indicator al legitimităţii sociale de care se bucură sau nu o instituţie. În primăvara lui 2008, mass-media se afla în topul încrederii românilor, iar instituţiile şi organizaţiile politice (partide politice, Parlament, Guvern) erau criticate la nivel social, indicii de încredere având o valoare redusă[1].

Vom prezenta în continuare evoluţia încrederii în două dintre instituţiile statului (Guvernul şi Parlamentul) pe parcursul ultimului ciclu electoral, conform aceleiaşi surse. Deşi am dorit includerea în grafic şi a itemilor „partide politice" şi „preşedinţie", acest lucru nu a fost posibil. Pentru „partide politice", în rapoartele publice ale *Eurobarometrului* nu au fost incluse datele care ne interesau pentru întregul interval de timp, în timp ce încrederea în „preşedinţie" (ca instituţie naţională) nu a fost niciodată măsurată prin cercetarea menţionată. De asemenea, la momentul redactării articolului încă nu fusese făcut public *Eurobarometrul 70* (toamna 2008), cu ajutorul căruia am fi putut realiza o analiză comparativă între finalurile ultimelor două cicluri electorale. Având în vedere aceste limite, nu putem enunţa concluzii generale cu privire la evoluţia încrederii în instituţiile politice. Totuşi, observarea evoluţiei încrederii chiar şi pentru două instituţii (Guvern şi Parlament) merită făcută pentru că în toamna lui 2008 aveau să aibă loc alegeri care priveau exact aceste instituţii. Se poate sesiza faptul că acestea au urmat o pantă descendentă, cu o uşoară redresare pe finalul intervalului (vezi figura 5). Înaintea alegerilor generale din 2004, aceste instituţii aveau o cotă de încredere semnificativ mai ridicată decât în prima perioadă a anului 2008.

1. Conform concluziilor *Eurobarometrului 69*, pp. 29-30.

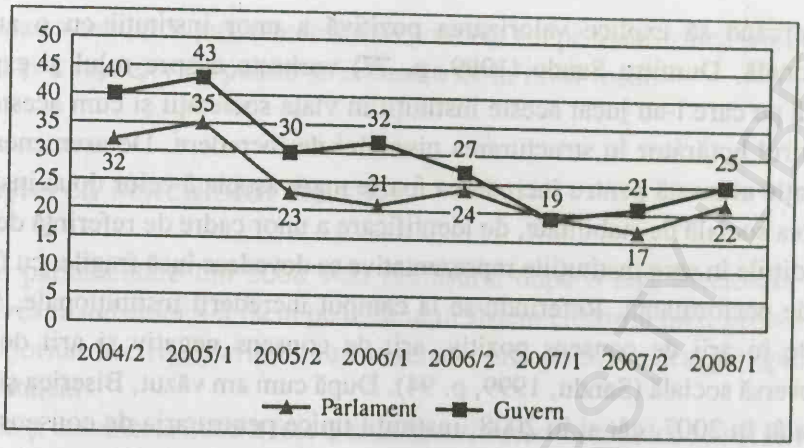


Figura 5. *Evoluţia încrederii în Guvern şi Parlament (toamna 2004 – primăvara 2008)*

Erodarea legitimităţii sociale a acestor instituţii este explicabilă prin prisma importantelor coliziuni politico-instituţionale din perioada 2005-2008. Ea nu poate fi pusă pe seama lipsei de performanţă a guvernării, pentru că la momentul respectiv indicatorii economici erau pozitivi, iar Excutivul adoptase mai multe măsuri de protecţie socială (precum creşterea pensiilor). Oarecum paradoxal, majoritatea românilor (58% din populaţie) credeau că sunt necesare schimbări radicale în societate, însă aveau o încredere redusă tocmai în instituţiile care au rolul şi puterea de a reforma societatea. Ne punem întrebarea dacă nu cumva „schimbările din temelii" vizau tocmai sistemul politic şi/sau modul de funcţionare a instituţiilor statului.

În studiile realizate de INSOMAR în a doua jumătate a anului 2007 (iunie şi august-septembrie), cele trei instituţii care dominau topul încrederii erau Biserica, Armata şi mass-media, în timp ce Guvernul, Parlamentul şi partidele politice ocupau ultimele locuri (vezi figura 6). Dacă în *Eurobarometrul 69* mass-media apare ca instituţia în care românii au cea mai mare încredere, cercetarea INSOMAR plasează Biserica şi Armata pe primele locuri în topul încrederii şi mass-media abia pe locul 3. Există, se pare, o contradicţie între cele două cercetări. Diferenţa se explică prin faptul că *Eurobarometrul 69* nu a inclus printre variantele de răspuns Armata şi Biserica. Dacă am face abstracţie de prezenţa acestora în cercetarea INSOMAR, primul loc la capitolul încredere ar fi ocupat tot de mass-media.

Încercând să explice valorizarea pozitivă a unor instituţii cu o autoritate tradiţională, Dumitru Sandu (1999, p. 77) vorbeşte despre rolul şi experienţa istorică pe care l-au jucat aceste instituţii în viaţa societăţii şi cum acestea par a fi factorul hotărâtor în structurarea nivelului de încredere. De asemenea, o altă explicaţie avansată pentru încrederea foarte mare asociată celor două instituţii ar fi nevoia socială de stabilitate, de identificare a unor cadre de referinţă de durată, în condiţiile în care instituţiile reprezentative se dovedesc încă fragile, cu fluctuaţii mari de performanţă. Referindu-se la câmpul încrederii instituţionale, Sandu îl împarte în arii de consens pozitiv, arii de consens negativ şi arii de intensă controversă socială (Sandu, 1999, p. 94). După cum am văzut, Biserica şi Armata sunt, atât în 2007, cât şi în 2008, instituţii tipice pentru aria de consens pozitiv. Justiţia, Guvernul, Parlamentul, partidele politice se plasează în aria de consens negativ, iar Preşedinţia şi Poliţia se plasează în zona de controverse sociale având procente apropiate ale încrederii şi neîncrederii.

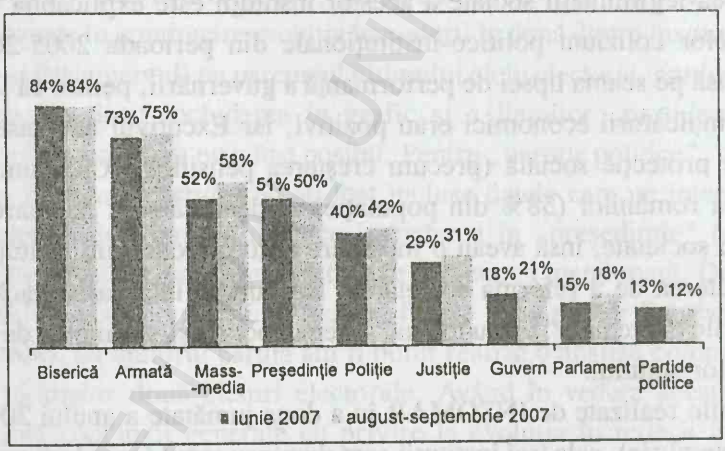


Figura 6. *Încrederea în instituţii în iunie şi august-septembrie 2007*

Aşadar, la debutul anului 2008, exceptând Preşedinţia, principalele instituţii politice (Guvern, Parlament, partide politice) aveau o cotă de încredere redusă. În schimb, erau valorizate pozitiv în principal instituţii cu o autoritate tradiţională (Biserica şi Armata). Partidele politice, organizaţii pentru care anul 2008 prezenta o miză importantă, „se bucurau" de cel mai redus capital de încredere. Când capitalul de încredere al unui partid este redus, principala lui resursă de voturi o constituie militanţii şi simpatizanţii apropiaţi. Având în vedere acest lucru, se prefigura o luptă electorală în care accentul cădea nu atât pe atragerea „alegătorului

indecis" sau a celui mai puţin interesat de politică, cât pe mobilizarea structurilor de partid şi a reţelelor de putere şi influenţă de la nivel local.

Cunoaşterea sistemului de vot

Alegerile parlamentare din 2008 s-au desfăşurat după o lege electorală nouă. Distribuirea mandatelor s-a făcut pe baza unui sistem electoral mixt proporţional cu vot majoritar în circumscripţii plurinominale, prea puţin explicat şi popularizat printre cetăţeni.

În iulie şi octombrie 2008 a fost testată *notorietatea* sistemului de vot în rândul populaţiei. Din iulie până în octombrie, procentul celor care ştiau că vor urma să-şi aleagă reprezentanţii prin intermediul unui nou tip de scrutin a crescut cu 9%, însă nu a depăşit 40%. Restul de 60% fie au declarat că nu ştiu cum se vor desfăşura alegerile, fie au fost de părere că modalitatea va fi similară cu scrutinul din anii anteriori. Dar, având în vedere slaba popularizare a legii şi a implicaţiilor sale în perioada preelectorală, este de presupus că nu toţi cei care afirmau că ştiu despre schimbarea tipului de scrutin erau conştienţi de implicaţiile noilor reguli electorale.

Tabelul 3. *Cunoaşterea noului sistem de vot de către populaţie în iulie şi octombrie 2008*

	Iulie 2008	Octombrie 2008
Ştiu că se desfăşura într-un mod diferit	30,2%	39,1%
Dintre care ştiu că prin vot uninominal	26,7%	34,3%

Sursa datelor: INSOMAR

Din aceste date nu trebuie înţeles faptul că în preajma alegerilor din 25 noiembrie o treime din populaţie cunoştea algoritmul presupus de Legea electorală, ci doar faptul că noul sistem de vot este de tip uninominal („altfel"), ceea ce în accepţiunea majorităţii respondenţilor însemna că vor alege o persoană, şi nu o listă (răspunsul cel mai frecvent la întrebarea deschisă privind noul sistem de vot). Cu toate acestea, 30% din populaţia cu drept de vot s-a declarat informată în mare şi foarte mare măsură cu privire la sistemul de vot uninominal (în octombrie 2008).

Deşi schimbarea sistemului de vot a fost un subiect prezent în mass-media ultimilor ani şi a făcut chiar obiectul unui referendum în 2007, surprinde procentul mare al celor care nu ştiau că alegerile parlamentare din 2008 urmau să fie organizate după un alt tip de scrutin. Mai mult de jumătate din populaţie nu era conştientă de o măsură ce fusese anunţată şi promovată ca una dintre importantele acţiuni de „reformare a sistemului politic". Faptul că se vota după un alt tip de scrutin putea sugera existenţa unei mize crescute a alegerilor ce urmau să aibă loc. Aşa cum avea să se observe după momentul 30 noiembrie, acest lucru nu a constituit un stimul pentru o prezenţă numeroasă la urne.

Orientări ideologice în preajma alegerilor

Înaintea alegerilor parlamentare, preferinţele ideologice şi conştiinţa apartenenţei la un grup social cu o anumită orientare ideologică erau reduse în rândul românilor. În cadrul sondajelor de opinie realizate de INSOMAR în toamna lui 2008, cea mai mare parte a respondenţilor (aproximativ 60%, vezi figura 7) declara că nu se consideră nici de dreapta, nici de stânga.

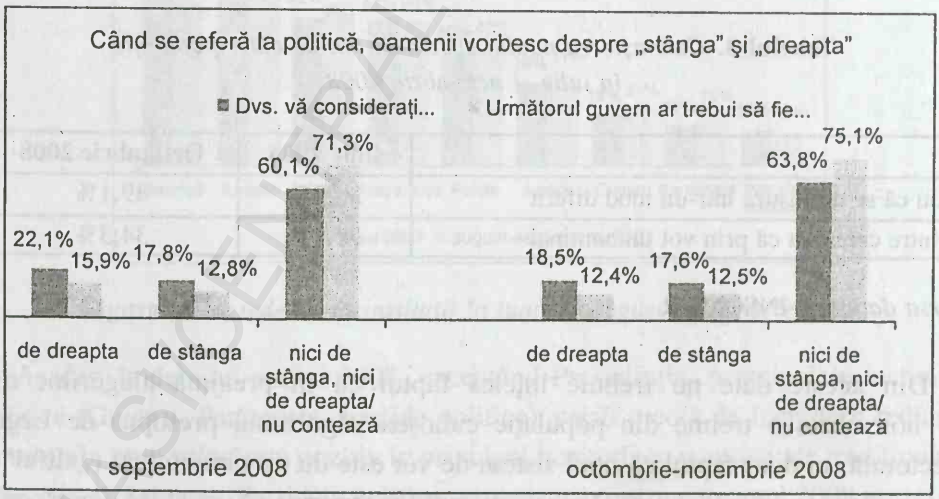


Figura 7. *Orientarea ideologică a electorilor*

Această orientare predominant centristă, dacă vom considera centrul un punct imaginar aflat undeva între dreapta şi stânga axei politice, sau chiar dezideologizată

se reflecta şi în preferinţele exprimate în legătură cu orientarea politică pe care ar trebui să o aibă guvernul. Între 70 şi 75% dintre respondenţi considerau că orientarea ideologică a guvernării nu este importantă. Atitudinea sintetizată în expresia „nu contează dacă guvernul e de stânga sau de dreapta, important e să facă treabă" poate fi luată şi ca indicator pentru unul dintre criteriile utilizate de oameni în opţiunile de vot. Prin intermediul unei încrucişări, o operaţiune tehnică prin care intersectăm răspunsurile a două întrebări, putem vedea şi cum declarau că vor vota cei care se declarau adepţii unei anumite orientări ideologice. Astfel, conform tabelului 4, segmentul majoritar al celor care consideră că nu sunt „nici de stânga, nici de dreapta" era predispus la un vot pentru un candidat al PD-L. Se poate considera că acest partid avea, în contextul dat, electoratul cu cel mai redus grad de ideologizare.

Tabelul 4. *Intenţia de vot în funcţie de orientarea ideologică*

		Dacă duminica viitoare ar fi organizate alegeri parlamentare, cu candidatul cărui partid aţi vota ?				Total (%)
		PNL (%)	PSD + PC (%)	PD-L (%)	Alte partide (%)	
Când se referă la politică, oamenii vorbesc despre „stânga" şi „dreapta". Dumneavoastră vă consideraţi...	de stânga	6,70	69,80	11,40	12,10	100
	de dreapta	31,90	11,40	48,20	8,40	100
	nici de stânga, nici de dreapta	15,40	26,70	41,60	16,20	100

Este dificil de aproximat dacă orientarea „pragmatică" a partidelor româneşti, manifestată prin amalgamarea diverselor teme şi politici, este o adaptare la „cererea pieţei electorale" (întărirea poziţiei votantului median) sau cetăţenii se orientează „pragmatic" pentru că partidele nu oferă platforme electorale coerente cu ideologia susţinută la nivel formal. În condiţiile unei orientări predominant dezideologizate a electoratului, ne punem întrebarea dacă folosirea în discursul

public al partidelor a sintagmelor „de stânga" şi „de dreapta" a fost pertinentă şi a avut vreo relevanţă.

După cum se poate constata (vezi figura 7), apropierea alegerilor nu a amplificat clivajul ideologic, aşa cum poate ne-am fi aşteptat în contextul radicalizării competiţiei dintre partide. Dimpotrivă, s-a manifestat o tendinţă de scădere a celor care se identifică cu o anumită orientare ideologică. Dacă procentul însumat al celor care se considerau a fi de stânga sau dreapta era de 39,9% în luna septembrie 2008, peste aproximativ o lună, acest procent scădea la 36,1%. În acelaşi timp, a crescut uşor procentul celor care considerau că nu sunt nici de stânga, nici de dreapta. Acelaşi fenomen s-a constatat şi în privinţa orientării ideologice pe care *ar trebui* să o aibă „viitorul guvern". Dacă în octombrie 2008, 71,3% dintre respondenţi considerau că orientarea ideologică a viitorului Executiv nu este importantă, peste aproximativ o lună, procentul acestora a crescut uşor la 75,1%. Acest fapt aparent neconcordant ar putea fi explicat şi prin fenomenul de „rezistenţă psihologică" a individului la tentativele de îndoctrinare disimulate deficitar ce se manifestă mai intens în perioada campaniilor electorale.

Prin intermediul unei cercetări realizate în septembrie 2008, INSOMAR a măsurat şi preferinţele cetăţenilor pentru eventualele alianţe postelectorale (vezi figura 8). În acel moment, alianţa cea mai dorită era PD-L – PNL, în timp ce o alianţă între PSD şi PNL sau o guvernare de „uniune naţională" erau văzute drept cea mai bună soluţie de numai un sfert dintre respondenţi. Varianta cea mai puţin dorită era cea care avea să se concretizeze după alegeri în coaliţia PD-L – PSD.

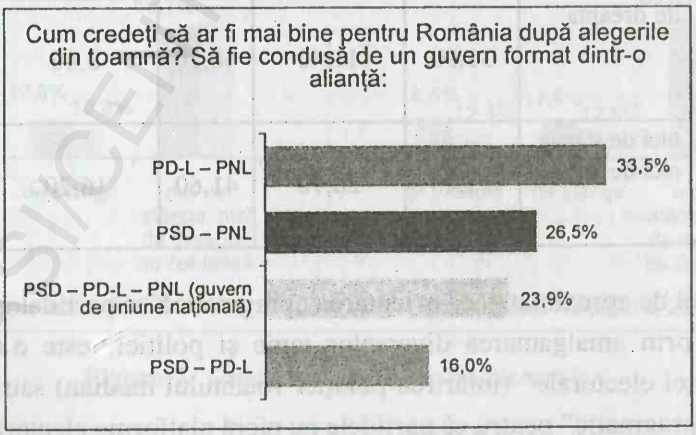


Figura 8. *Alianţa guvernamentală preferată înaintea alegerilor parlamentare din 2008*

O analiză superficială a datelor furnizate mai sus ar fi condus la ideea că alianţa PSD – PD-L are cele mai puţine şanse de a fi acceptată ca legitimă de populaţie. Coroborarea acestor informaţii cu cele care sugerau faptul că pentru trei sferturi dintre alegători nu conta orientarea ideologică a viitorului Executiv sugera însă existenţa unui potenţial de acceptabilitate pentru orice configuraţie majoritară s-ar fi format. Astfel că, deşi alianţa PD-L – PSD era considerată cea mai puţin potrivită pentru a guverna România după alegeri, la nivel social exista o doză importantă de „toleranţă" şi pentru o astfel de formulă datorită segmentului masiv de cetăţeni pentru care orientarea ideologică a guvernului nu era importantă. Mergând pe aceeaşi logică, lansăm ipoteza că rezultatele studiilor viitoare cu privire la gradul de mulţumire faţă de alianţa PSD – PD-L vor trebui interpretate tot din această perspectivă „pragmatică", şi nu din prisma ideologică.

*

La începutul lui 2008, chiar dacă o parte importantă din populaţie era nemulţumită de standardul său de viaţă, numeroşi cetăţeni din acest segment erau optimişti în această privinţă. Acest optimism era însă ponderat, având în vedere că principalele probleme pe care populaţia considera că puterea politică trebuie să le rezolve sau de care trebuie să ţină cont sunt de natură economică şi au implicaţii asupra nivelului de trai. Aproape 60% dintre cetăţenii intervievaţi înaintea alegerilor considerau că România are nevoie de „schimbări din temelii". Din cercetările realizate nu putem preciza la ce se refereau aceste „schimbări din temelii". Cert este că exista un orizont de aşteptare pentru un discurs cu nuanţe radicale. Încrederea în instituţii nu prezenta particularităţi deosebite faţă de dimensiunile consacrate în timp : încredere mare în Biserică şi Armată şi încredere mai redusă în Guvern, Parlament şi partide. A fost relevată o cunoaştere precară a noului sistem de vot şi mai puţin de jumătate din populaţie ştia că urma să se voteze după un alt tip de scrutin. „Pragmatismul" a dominat structurarea opţiunilor de vot, în dauna orientărilor ideologice, în timp ce acceptabilitatea pentru orice configuraţie guvernamentală rezultată din alegeri era ridicată. Acesta ar fi, pe scurt, fundalul pe care urma să se deruleze competiţia electorală în anul 2008.

Bibliografie

Barometrul de opinie publică INSOMAR. http : //www.insomar.ro.

Chelcea, Septimiu. 2006. *Opinia publică. Strategii de persuasiune şi manipulare*. Bucureşti : Editura Economică.

Comşa, Mircea. 2007. Încotro ne îndreptăm. *Barometrul de opinie publică – octombrie 2007*. Fundaţia Soros, http : //www.osf.ro/ro/publicatii.php ? cat = 2#.

Eurobarometrul 68. http : //ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb68_ro_nat.pdf.

Eurobarometrul 69. http : //ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb69_ro_nat.pdf.

McQuail, Denis şi Windahl, Sven. 1993. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. Londra : Longman.

Sandu, Dumitru. 1999. *Spaţiul social al tranziţiei*. Iaşi : Polirom.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Particularităţile anului electoral 2008: „votul uninominal" şi accentuarea absenteismului

Cosmin Andrei Artimof

Introducere

În perioada de timp cuprinsă între momentul lansării proiectului de reformă electorală şi cel al promulgării variantei legislative aflate în vigoare, în România a dominat un discurs politic ce afirma că modificarea caracteristicilor sistemului electoral actual va conduce la modificarea clasei politice, adică selectarea în elita politică a unor cetăţeni care, datorită trăsăturilor individuale, superioare celor deţinute de guvernanţii de până la acel moment, vor elabora, promova şi implementa alte politici, responsabilizarea faţă de acestea fiind mult mai categorică decât cea a predecesorilor lor. Efectul *presupus* al acestui mecanism de selecţie a viitorilor legislatori era că se va redresa încrederea electorilor în clasa politică românească şi în spectrul politicului în general.

S-a teoretizat că politicienii sunt încurajaţi să ofere beneficii particulare sau programatice (stimulente selective), determinând reorientarea comportamentului de vot al electoratului (strategia de vot) în favoarea lor. Astfel, printr-o schimbare a structurii votului, se presupune că strategia de maximizare a votului de către actorii electorali se va adapta, ceea ce va duce implicit la redefinirea strategiilor de vot ale electorilor (Norris, 2002). Graţie acestei relaţii de interdependenţă, se poate presupune că reformarea sistemului electoral, în sensul stabilirii unei relaţii de tipul *checks and balances* între decidenţi şi electori, va avea într-adevăr un impact cuantificabil, în timp, asupra calităţii actului guvernării. Din această perspectivă, este acceptabil argumentul conform căruia, în cadrul vechiului sistem

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

electoral proporţional cu vot pe listă închisă din România, parlamentarii nu puteau fi responsabilizaţi în mod individual pentru modul în care alegeau să promoveze interesele colective ale cetăţenilor, deoarece loialitatea acestora era faţă de partidul politic care le-a oferit şansa să candideze pe o poziţie eligibilă din cadrul listei de partid.

Fenomenul de dublare a campaniei electorale a unui partid de campaniile individuale ale candidaţilor la nivel de colegiu uninominal a dus la concentrarea interesului alegătorilor asupra problemelor de ordin personal şi local, miza producerii de bunuri publice naţionale fiind trecută pe un plan secund. Stimulentele selective oferite de către politicieni au vizat satisfacerea exclusivă a cererii de bunuri private la nivel local (asfaltare de drumuri secundare, racordarea unor comunităţi la reţele de utilităţi publice, amenajarea de spaţii verzi şi locuri de joacă pentru copii, construirea unor centre sociale pentru bătrâni, îmbunătăţirea iluminatului stradal etc.), fiind astfel introdus în vocabularul comun conceptul de „superprimar", marcând incompatibilitatea dintre prerogativele funcţiei viitoare de parlamentar şi „promisiunile electorale" (stimulentele oferite electoratului specific). Acest fapt este rezultatul, pe de o parte, al lipsei de experienţă electorală conexă unei candidaturi uninominale, iar pe de altă parte, al încercărilor fiecărui competitor uninominal de a se individualiza (şi a-şi spori notorietatea) în spaţiul electoral limitat al colegiului unde a candidat. În acest caz, piaţa electorală a stimulat cererea de proiecte politice cu impact local, alternativa fiind ca fiecare candidat să susţină în programul său politic temele generale de campanie ale partidului propriu ori să recunoască limitele competenţelor sale. Pe fondul lipsei generalizate de încredere în clasa politică şi al deficitului de credibilitate a politicienilor din eşalonul 2 al partidelor (sursa primară a argumentelor în favoarea reformei electorale), fragmentarea şi reproducerea discursului programatic central al partidelor politice la nivelul fiecărui colegiu ar fi pus în scenă o „comedie a surzilor". Astfel, s-a optat pentru o „soluţie" de compromis ce a orientat discursul politic local înspre două categorii: a) cea a proiectelor cu impact naţional şi b) cea a proiectelor cu miză „colegială". Ambele categorii discursive reclamau aprioric cooperarea nemijlocită a membrilor viitorului corp legislativ şi executiv în vederea respectării şi realizării tuturor proiectelor de campanie.

Luând în considerare specificul campaniilor electorale, se conturează o dilemă legitimă: scopul reformei electorale a fost creşterea încrederii în clasa politică autohtonă sau stabilirea unei relaţii de sancţiuni şi recompense între candidat şi comunitatea locală care îl susţine? Chiar dacă întrebarea este valabilă, răspunsurile

le vom deduce, într-o primă etapă, din rezultatele alegerilor parlamentare din anul electoral 2012, căci ar fi naiv să se creadă că obiceiurile şi tacticile oricărui politician abil (dobândite în 18 ani de democraţie „originală") pot fi schimbate doar prin ajustările (de fineţe) aduse Legii electorale. Totuşi, se poate considera că, în urma a cel puţin încă unui ciclu electoral desfăşurat prin utilizarea prezentului sistem de vot, este plauzibilă stabilirea unei linii de comunicare directe între aleşii şi alegătorii comunităţilor locale.

Particularităţile sistemului electoral

Parte a familiei extinse de sisteme electorale, *sistemele electorale mixte*, în funcţie de mecanismul de transformare a voturilor în mandate, se împart în *sisteme electorale mixte majoritare* şi *sisteme electorale mixte proporţionale*. Sistemul electoral în formă mixtă combină în proporţii diferite trăsăturile dominante ale sistemelor electorale majoritar şi proporţional pentru a rezolva într-o manieră optimă atât deficitul reprezentării minorităţilor în structurile legislative, cât şi problema formării majorităţilor necesare unor guvernări stabile. Un sistem electoral mixt are rolul de a optimiza imperfecţiunile inerente atât sistemului majoritar, cât şi celui proporţional, asigurând cel mai bun „flux" al transformării voturilor în mandate în cadrul unui sistem democratic.

În cazul României, sintagma „vot uninominal" rezumă constructul teoretic de *sistem electoral mixt proporţional, bazat pe scrutin majoritar, într-un singur tur, în circumscripţii plurinominale*.

Este un sistem mixt proporţional, deoarece atribuirea mandatelor se face în două etape distincte: în prima etapă, cea în colegii, se atribuie un mandat competitorului care câştigă sprijinul majorităţii (50% + 1) electorilor şi a cărui formaţiune politică îndeplineşte în acelaşi timp condiţia pragului electoral de 5% (8% sau 12% pentru alianţe; în cea de-a doua etapă, cea de circumscripţie, mandatele rămase de atribuit (diferenţa dintre mandatele repartizate unui competitor electoral şi mandatele câştigate de candidaţii acestuia cu 50% + 1 din voturi) se împart conform unei formule de proporţionalitate. Caracteristica plurinominală a circumscripţiei este dată de faptul că la nivelul acesteia (în cazul României, limita teritorială a circumscripţiei fiind compatibilă cu cea a judeţelor) se dispută mai mult de un mandat. Numărul efectiv de mandate ce vor fi disputate la nivel de circumscripţie se calculează în funcţie de dimensiunea populaţiei rezidente în

acea arie. Astfel, conform articolului 5, alin. 2 şi 3, din Legea electorală, norma de reprezentare în România este de un deputat la 70.000 de locuitori şi un senator la 160.000 de locuitori. Baza calculului sunt datele statistice rezultate din ultimul recensământ al populaţiei. Numărul de colegii uninominale la nivel naţional este stabilit pe baza normei de reprezentare, adică 316 pentru Camera Deputaţilor şi 137 pentru Senat. Articolul 6 din Legea electorală stabileşte faptul că „alegerile se desfăşoară într-o singură zi, care poate fi numai duminica", ceea ce implică existenţa unui singur tur de scrutin.

Analiza efectelor sistemului electoral mixt proporţional

Scopul acestei analize nu este să emită aprecieri axiologice comparative cu privire la performanţele de reprezentare ale actualului sistem de vot, opuse presupunerilor cu privire la performanţele altor sisteme electorale, ci în primul rând să exploreze şi să explice modul de funcţionare a acestuia şi în al doilea rând să repereze şi să explice o parte dintre criticile aduse lui. Pentru a fi relevantă, o eventuală analiză comparativă a unui sistem electoral trebuie să se limiteze la a cântări efectele politice *prezise pentru acel sistem – nu presupuse – versus* efectele *reale produse de sistem*.

Tabelul 1. *Rezultatele electorale ale alegerilor parlamentare din 2008*

2008	Voturi	%	CD	%	SN	%	M-CD 50% + 1	M-SN 50% + 1
PD-L	2.228.860	32,36	115	36,39	51	37,2	26	11
PSD-PC	2.279.449	33,09	114	36,07	49	35,76	40	12
PNL	1.279.063	18,57	65	20,5	28	20,4	5	1
UDMR	425.008	6,17	22	6,96	9	6	14	7
PRM	220.377	3,2	–	–	–	–	–	–
Minorităţi	247.924	3,6	18	–	–	–	–	–
Alţii	199.717	2,9	–	–	–	–	–	–
Total	6.886.794	99,89	334	99,92	137	99,2	85	31

Tabelul 2. *Evoluția rezultatelor electorale pentru Camera Deputaților între 1990 și 2004*

	1990		1992		1996		2000		2004	
	Vot (%)	M	Vot (%)	M	Vot (%)	M	Vot (%)	M	Vot (%)	M
PSD	–	–	27,7	117	21,5	91	36,6	155	36,8	113
PUR	–	–	–	–	–	–	–	–		19
PNL	6,4	29	2,6	–	–	–	6,9	30	31,5	64
PD	66,3	263	10,2	43	12,9	53	7,0	31		48
PRM	–	–	3,9	16	4,5	19	19,5	84	13,0	48
UDMR	7,2	29	7,5	27	6,6	25	6,8	27	6,2	22
PNȚCD	2,6	12	–	–	–	–	–	–	1,9	–
PUNR	2,1	9	7,7	30	4,4	18	1,4	–	–	–
PSM	–	–	3,0	13	2,2	–	0,8	–	–	–
CDR	–	–	20,0	82	30,2	122	5,0	–	–	–
Minorități	0,9	11	1,4	13	2,1	15	2,7	18	2,9	18
Alții	14,5	43	16		15,5		13,3		7,7	
Participare la vot	14.825.017 (86,19%)		12.496.430 (76,29%)		13.088.388 (76,01%)		11.559.458 (65,31%)		10.794.653 (58,5%)	

Poziția de atribuire a mandatelor

Cel mai des invocat argument împotriva efectelor noului sistem electoral este natura contraintuitivă a posibilității unui candidat de a câștiga un mandat de pe o poziție electorală inferioară principalului său contracandidat (exemplele unor candidați care au câștigat chiar și de pe cea de-a treia sau a patra poziție se transformă în argumentul obsesiv al tuturor opozanților actualului sistem electoral). În fapt, grație unei analize exhaustive realizate de Departamentul de Cercetare al INSOMAR, există o situație clară a pozițiilor din care au fost câștigate fotoliile de parlamentar (vezi anexa 1 din acest capitol).

Din numărul total de mandate corespunzătoare Camerei Deputaților (316), aproximativ[1] 2% (5), respectiv 10% (31) au fost adjudecate de pe pozițiile a patra

1. Procentele au fost obținute prin rotunjire aditivă, deoarece relevant este numărul efectiv de mandate corespunzătoare poziției de atribuire, și nu acuratețea calculului aritmetic, utilizarea a două zecimale nesporind relevanța argumentului.

şi a treia. Procentul cumulat al mandatelor câştigate de pe poziţiile a treia, a patra şi a şaptea, excluzând din sumă mandatele câştigate cu 50% + 1 dintre voturi, este de ~16%, ceea ce înseamnă că ~84% dintre deputaţii din Legislativul României, care au obţinut un mandat în urma procesului de redistribuire naţională, se bucură de larga legitimitate a votului popular. Astfel, 279 dintre cei 316 parlamentari ai Camerei Deputaţilor reprezintă, în contextul competiţiei democratice reglementate de noua Lege electorală, opţiunile principale ale electoratului prezent la urne.

În mod asemănător, dintre cele 137 de fotolii de senator, mai puţin de 9% au fost câştigate de un candidat aflat pe o poziţie terţiară sau mai mică în ierarhia colegiului său. Procentul cumulativ al mandatelor repartizate unor candidaţi aflaţi pe o poziţie primară şi secundară, dacă îi excludem din calcul pe cei 31 de senatori care au obţinut un mandat cu 50% + 1 dintre voturi, este de 68%. Practic, majoritatea senatorilor României au fost învestiţi cu un înalt grad de legitimitate formală. Din nou, nu trebuie trecut cu vederea că, dintre cei 895 de „aplicanţi" pentru funcţia de senator, doar ~14% au reuşit în mod real să convingă electorii de abilităţile lor de legiferatori.

Un alt aspect intens mediatizat şi care a stârnit un val de indignare în rândul politicienilor este „perversitatea" sistemului de a situa alianţa cu cel mai mare număr de voturi valabil exprimate în favoarea sa la nivel naţional şi cu cel mai mare număr de fotolii adjudecate cu 50% + 1 dintre voturi pe poziţia secundă a numărului efectiv de mandate obţinute în Legislativ. Aşa cum se poate observa din tabelul 1, comparativ cu „câştigătorul *de facto*" al alegerilor, PSD a obţinut în valoare absolută 50.589 de voturi în plus, are cu 35% mai multe mandate de deputat câştigate cu 50% + 1 dintre voturi şi totuşi are cu trei mandate parlamentare mai puţin decât PD-L. Actualul sistem electoral este caracterizat de „votul uninominal" pentru candidaţi, mecanismul psihologic (al alegătorilor) de atribuire a votului a fost unul pentru partide, iar formula electorală a acţionat în sensul cuantificării votului pentru candidaţii uninominali în cote reprezentative pentru partide. Cu alte cuvinte, nu voturile întregi au determinat proporţionalitatea rezultatelor la nivel de partid, ci „resturile"[1].

Din punctul de vedere al analizei sistemelor electorale, o astfel de abatere sau „disproporţionalitate sistemică" este acceptabilă şi justificabilă. În realitatea politică românească, impactul a fost profund. Practic, a inversat poziţia de

1. „Voturile rămase, adică cele neutilizate sau inferioare coeficientului electoral [...]." (Legea electorală)

negociere şi de formare a guvernului între cele două partide mai sus menţionate. Se poate argumenta până la un anumit punct că o parte din vină o poartă „câştigătorul moral" al alegerilor, pentru că a cedat prea uşor în faţa presiunii preşedintelui de a numi prim-ministrul. Mai ales că, în Constituţia României, în articolul 85, alin. 1, se menţionează doar că „Preşedintele României desemnează un candidat pentru funcţia de prim-ministru şi numeşte Guvernul pe baza votului de încredere acordat de Parlament". Iar în articolul 103, alin. 1, se completează *modalitatea* prin care Preşedintele României desemnează un candidat pentru funcţia de prim-ministru: „în urma consultării partidului care are *majoritatea absolută* în Parlament ori, dacă nu există o asemenea majoritate, a partidelor reprezentate în Parlament". Dar cum în România nici un partid nu a îndeplinit criteriul majorităţii electorale absolute, atât PD-L, cât şi PSD erau egal îndreptăţite să propună un candidat pentru funcţia de premier. Însă preşedintele Traian Băsescu a hotărât că prim-ministrul va aparţine formaţiunii „câştigătoare *de facto*". Ceea ce rămâne de făcut este să analizăm cât de disproporţional este acest sistem electoral comparativ cu cel trecut şi dacă argumentele detractorilor au vreun fundament real, dincolo de discursul demagogic al celor nemulţumiţi de rezultatele finale ale scrutinului din 30 noiembrie 2008.

Disproporţionalitatea sistemică

Una dintre metodele de evaluare a performanţelor unui sistem electoral proporţional implică măsurarea *gradului de disproporţionalitate sistemică*[1]. Din start acceptăm că nu există un sistem electoral care să asigure rezultate perfect proporţionale, ca raport unitar între numărul de voturi ale unui partid şi numărul de mandate ale acestuia. Pentru măsurarea disproporţionalităţii sistemelor electorale proporţionale există două categorii de indicatori: cea dintâi măsoară *diferenţele procentuale absolute* dintre mandatele şi voturile obţinute de un partid, iar cea de-a doua măsoară *raportul* dintre mandatele şi numărul de voturi obţinute. Indicele Loosemore-Hanby este corespunzător primei categorii, iar indicele Lijphart celei de-a doua.

1. Pentru o descriere completă a tuturor indicilor utilizaţi în studiul gradului de disproporţionalitate sistemică, vezi articolul lui Kestelman, http://www.mcdougall.org.uk/VM/ISSUE10/P6.HTM.

În cadrul analizei următoare, voi utiliza indicii Loosemore-Hanby, Grofman, Gallagher şi indicele numărului efectiv de partide (NEP) pentru a stabili care este gradul de disproporţionalitate indus de noul sistem electoral şi cum se compară cu sistemul electoral proporţional cu vot pe listă. Totodată, pentru determinarea nivelului competitivităţii sistemului de partide, vom calcula indicele volatilităţii electorale totale (vezi Pennings, Keman şi Kleinnijenhuis, 2006) şi indicele volatilităţii electorale a partidelor non-parlamentare[1].

Indicele Loosemore-Hanby este cel mai larg utilizat mod de măsurare a disproporţionalităţii sistemice induse de sistemul electoral. Se calculează prin împărţirea la 2 a sumei diferenţei absolute dintre procentul voturilor (V_i) şi procentul mandatelor (M_i) obţinute de un partid conform formulei:

$$D = \frac{1}{2}\sum |V_i - M_i|$$

Indicele Grofman este o variantă a indicelui Loosemore-Hanby. Particularitatea acestuia este că se calculează prin împărţirea sumei diferenţei absolute dintre procentul voturilor (V_i) şi procentul mandatelor (M_i) obţinute de un partid la numărul efectiv de partide. Formula este:

$$D = \frac{1}{N}\sum |V_i - M_i|$$

Indicele lui Gallagher măsoară influenţa pe care sistemul electoral o are asupra sistemului de partide. Acesta totalizează mai eficient deviaţiile distribuţiei dintre voturi şi mandate. Se calculează prin următoarea formulă:

$$GI = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(V_i - M_i)^2}{2}}$$

Numărul efectiv de partide este un indicator elaborat de Markku Laakso şi Rein Taagepera şi presupune calcularea numărului de partide care sunt într-un sistem, ţinând cont de inegalităţile de reprezentare (sau cota de reprezentare a fiecărui partid în cadrul sistemului). Acesta surprinde nivelul şi dinamica competiţiei

1. Este un indice propriu ce măsoară variaţia procentelor obţinute de partidele extra-parlamentare între două cicluri electorale. Este relevant în contextul în care teoretizez că o rată scăzută de participare la vot influenţează direct proporţional procentul electorilor care sunt dispuşi să-şi atribuie votul unor competitori electorali neperformanţi.

sistemice. Indicele NEP este un derivat al indicelui de concentrare a unei distribuții, Herfindahl-Hirschman.

Formula de calcul este:

$$NEP = \frac{1}{\sum_{i=1}^{n} M_i^2}$$

- n semnifică numărul total de partide din sistem;
- M_i este procentul de mandate parlamentare obținute de partidul i. Prin înlocuirea lui M_i cu V_i se poate face distincția între partidele parlamentare și cele electorale.

Pentru a afla numărul efectiv de partide din România în perioada 1990-2008, voi utiliza rezultatele alegerilor pentru Camera Deputaților așa cum sunt prezentate în tabelul 2. Deși cercetătorii din domeniul politic aplică de obicei formula de calcul a NEP pentru rezultatele de la Senat, datorită particularităților sistemului electoral mixt, relevante sunt scorurile obținute pentru Camera Deputaților. Mai mult, având în vedere că mandatele pentru cele două camere sunt repartizate în baza unui mecanism identic, că de obicei scorurile electorale sunt foarte apropiate și că atribuțiile converg spre un cvasiunicameralism, consider încheiată argumentația de a folosi rezultatele obținute strict pentru Camera Deputaților. Alianțele politice sunt tratate ca entități parlamentare unitare.

B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI

Tabelul 3. *Numărul efectiv de partide electorale și parlamentare*

Anul	1990	1992	1996	2000	2004[1]	2008
NEP electoral	2,12	5,96	5,33	4,82	3,89	3,91
NEP parlamentar	2,15	4,75	4,27	3,50	4,87	3,57
NEP.e – NEP.p	-0,03	1,21	1,06	1,32	-0,98	0,34

1. În tabel, NEP electoral a fost calculat prin raportare la procentele cumulate ale Alianței DA și PSD + PUR. Însă, dacă se ia în considerare faptul că alianțele nu au avut continuitate și se folosesc scorurile electorale individuale ale partidelor, atunci NEP are valoarea de 5,76.

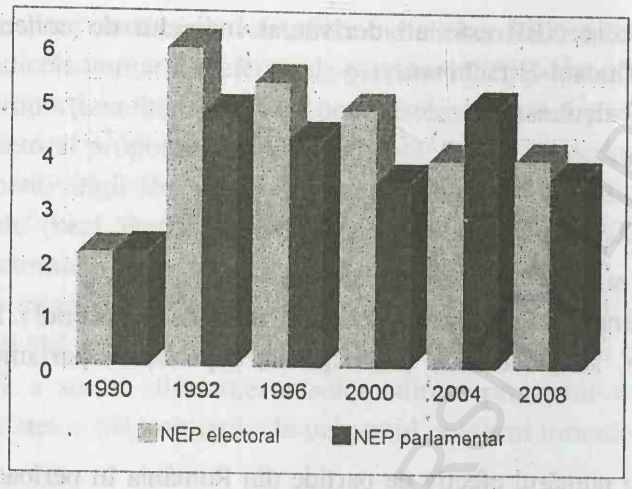


Figura 1. *Evoluţia comparată a numărului efectiv de partide în perioada 1990-2008*

Din graficul evoluţiei indicelui NEP pentru perioada 1990-2008 (tabelul 3 şi figura 1) se observă că în 1992 a fost atins un maximum al numărului efectiv de partide electorale şi parlamentare în România, din acel moment până în 2004 având loc o scădere constantă a numărului de partide electorale. Dacă în cazul alegerilor din 1990 diferenţa dintre numărul de partide electorale şi cele parlamentare este cvasinulă, în perioada următoare, între 1992 şi 2000, respectiva diferenţă se stabilizează la o valoare medie aproximativă de 1,2. În urma alegerilor din 1990, România este caracterizată de partidism cu „un partid şi jumătate", în lipsa unui prag electoral FSN (Frontul Salvării Naţionale), reuşind să domine scena politică românească graţie celor peste 66% dintre voturile obţinute. Începând cu alegerile din 1992, odată cu introducerea pragului electoral de 3%, modelul sistemului cu un partid dominant este înlocuit de un multipartidism autentic, însă numai până la alegerile din 1996, când opoziţia (CDR) a reuşit să preia puterea politică. Valoarea indicelui NEP electoral înregistrează o creştere bruscă în 1992, datorită faptului că în urma alegerilor opt partide (aici fiind incluse şi minorităţile) au obţinut mandate în legislativ. În 1996, în urma ieşirii din sistemul de partide a PSM (Partidul Socialist al Muncii), valoarea indicelui NEP electoral înregistrează o subtilă variaţie negativă, iar NEP parlamentar rămâne la un nivel constant reprezentativ pentru un multipartidism fără partid dominant (multipartidism cu pluralism moderat).

Din anul 2000, numărul efectiv de partide parlamentare scade până la 3,5, ceea ce indică un multipartidism cu partid dominant. Acest fapt se explică prin introducerea pragului electoral de 5% pentru partide (şi 8-10% pentru coaliţii), menit să reducă din fragmentarea Legislativului. Astfel, Legislativul din 2000 a

fost compus doar din cinci partide care au putut depăși noul prag electoral (având în vedere pentru calcul și numărul de mandate atribuite reprezentanților minorităților). În urma alegerilor legislative din 2004, valoarea indicelui NEP electoral atinge valoarea minimă a perioadei analizate, ca urmare a faptului că opțiunile electorale ale votanților s-au polarizat în jurul a două alianțe de partide de dimensiuni mari (PSD-PUR și ADA). Trebuie menționat că, prin intrarea PUR în Legislativ, NEP parlamentar a ajuns în 2004 la o valoare comparabilă cu cea din 1992. Caracteristica definitorie pentru anul electoral 2008 este eliminarea PRM din sistemul de partide, fapt înregistrat prin valoarea diminuată a NEP parlamentar cu aproximativ 1,3 puncte prin raportare la anul 2004. Din perspectiva teoriei sartoriene, sistemul de partide corespunde în anul 2008 configurației unui multipartidism cu partid dominant[1]. Din analiza evoluției NEP rezultă că tendința sistemului de partide din România este de a se stabiliza, momentul electoral al anului 2008 putând fi interpretat ca punctul terminus al consolidării democratice (pentru ciclul electoral următor fiind dificil de intuit eliminarea unui alt partid din sistem); totodată, se observă polarizarea opțiunilor electoratului stabil, pe fondul acutizării fenomenului de dealiniament, în jurul a două partide: PD-L și PSD. Contextul schimbării sistemului electoral este responsabil pentru diminuarea valorii NEP parlamentar în anul 2008, eliminarea PRM din sistemul de partide fiind cauzată de pragul electoral ridicat (dublu[2]) și incapacitatea formulării unei strategii adecvate rigorilor campaniei electorale particulare „votului uninominal"[3].

Pe baza datelor cuprinse în anexele 2 și 3 ale acestui capitol au fost realizate figurile 2 și 3 pentru stabilirea comparativă a gradului de disproporționalitate pe care sistemul electoral îl imprimă sistemului de partide în România. Folosirea

1. Cu precizarea că, în fapt, sunt două partide dominante de dimensiuni egale: PSD și PD-L.
2. Pragul electoral, conform Legii electorale, este exprimat prin condiția obținerii de către un competitor electoral a 5% dintre voturile valabil exprimate sau șase mandate de deputați și trei de senator. Tendința de accentuare a absenteismului ar fi trebuit să fie un element predictiv suficient pentru „relaxarea" condițiilor de accedere în Parlament, în sensul conservării principiului (inerent sistemelor electorale proporționale) incluziunii în Legislativ a unui număr cât mai mare de partide.
3. Promovarea unui program de guvernare adecvat momentului sociopolitico-economic, includerea în structurile decizionale a unor membri noi – care să dubleze ca vectori de imagine în campania electorală – și impunerea unor candidați competenți și cu un grad suficient de notorietate în circumscripțiile naționale în care PRM mai concentra o bază electorală.

celor trei indicatori creează o matrice analitică utilă pentru a observa impactul introducerii noului sistem electoral asupra proporţionalităţii reprezentării partinice în Legislativ.

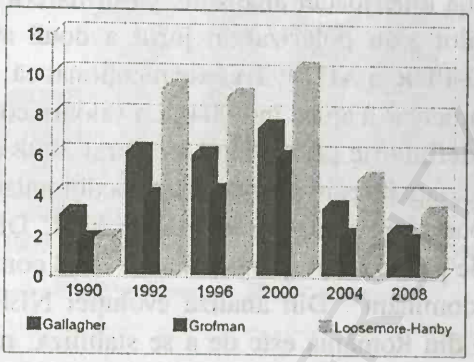


Figura 2. *Disproporţionalitatea sistemică comparată*

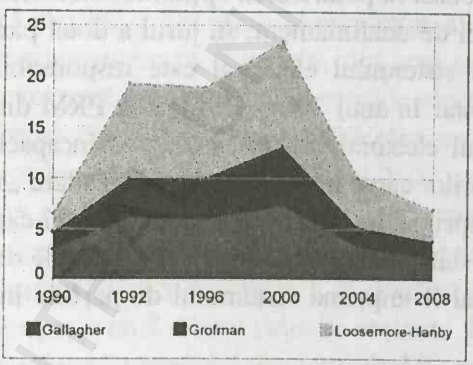


Figura 3. *Disproporţionalitatea sistemică comparată*

Utilizarea indicelui Gallagher este justificată prin prisma calităţii sale de a surprinde mai bine disproporţionalitatea imprimată alegerilor în ansamblu, din cauza discrepanţei dintre procentul voturilor şi cel al mandatelor actorilor electorali. Comparativ, indicele Grofman are ca element specific faptul că stabileşte gradul de disproporţionalitate în funcţie de numărul efectiv de partide din sistem, reprezentând mai degrabă cota de disproporţionalitate a fiecărui partid, ca parte integrantă a sistemului. În acest sens, pentru calcularea indicelui, am utilizat valoarea indicelui numărului efectiv de partide parlamentare. Indicele Loosemore-Hanby este o variantă simplificată a indicelui Grofman şi urmăreşte să surprindă disproporţionalitatea prin raportare la partidele parlamentare fără a subevalua cota partidelor mici.

Conform graficelor de mai sus, se observă că, între 1990 şi 2000, se manifestă o tendinţă constantă de creştere a disproporţionalităţii sistemice, fapt concordant cu tendinţa de instabilitate a sistemului de partide, specifică unei societăţi democratice aflate în plin proces de tranziţie şi în curs de consolidare a instituţiilor democratice. Mai mult, introducerea în 1992 a pragului electoral de 3% a avut un rol reductiv asupra numărului de partide ce au obţinut mandate în Legislativ (PNL nu a trecut pragul electoral). Conform Legii electorale nr. 68 din 1992, voturile partidelor care nu treceau pragul electoral erau redistribuite celorlalte partide, fapt ce a cauzat o supradimensionare a marilor câştigători electorali, fapt înregistrat prin creşterea nivelului disproporţionalităţii între 1990 şi 1992. Disproporţionalitatea calculată pentru Camera Deputaţilor în 1992 este aproximativ de două ori mai mare decât aceeaşi valoare înregistrată în anul 1990. Pentru perioada imediat următoare, 1996-2000, disproporţionalitatea atinge o valoare maximă, ca rezultat al introducerii noului prag electoral de 5% şi al incapacităţii unui număr semnificativ de partide (PSM, PUNR şi coaliţia CDR) de a-l depăşi. Resturile rezultate de la partidele perdante au fost redistribuite celui mai mare câştigător electoral, PSD, acesta obţinând, cu 36,6% dintre voturi, aproximativ 45% dintre mandate (graţie şi formulei electorale D'Hondt, care favorizează partidele mari). După momentul electoral al anului 2000, sistemul de partide urmează un trend de stabilizare, fapt remarcat prin înjumătăţirea indicelui de disproporţionalitate. Schimbarea sistemului electoral din 2008 reprezintă punctul culminant al evoluţiei înspre stabilizarea sistemului de partide şi obţinerea unei mai bune reprezentări a opţiunilor electoratului în legislativ. Totodată, deoarece constrângerile impuse de pragul electoral au rămas neschimbate comparativ cu anul 2004, se poate argumenta că noul sistem electoral a condus la obţinerea celor mai proporţionale rezultate din istoria democraţiei româneşti.

Competitivitatea sistemului de partide

Indicele volatilităţi electorale măsoară variaţia totală netă a procentelor voturilor unui partid pe durata unui ciclu electoral şi înregistrează migraţia alegătorilor în cadrul sistemului de partide electorale. Se calculează conform formulei:

$$VET = \frac{1}{2}\sum_{i=1}^{n} \Delta Pi,t \,,$$

unde $\Delta Pi,t$ reprezintă procentul de voturi pierdute sau câştigate pentru fiecare partid între două alegeri succesive.

Volatilitatea electorală într-un sistem de partide, între alegerile ţinute la momentul t şi $t + 1$, este măsurată ca jumătatea sumei diferenţei absolute dintre procentele de voturi câştigate de toate partidele la fiecare dintre cele două alegeri luate în considerare. Întrucât un partid poate câştiga, dar şi pierde voturi în acelaşi scrutin, procentele sunt calculate în modul. În cazul în care la momentul t un partid politic $p(x)$ nu există în cadrul sistemului de partide electorale, se consideră că ar fi obţinut 0% voturi; dacă acelaşi partid la momentul $t + 1$ obţine v% voturi, se consideră că $VET_{p(x)} = 0\% + v\% = v\%$. Urmând acelaşi raţionament, VET pentru un partid, care la momentul $t + 1$ este exclus din sistemul de partide electorale (echivalent cu dizolvarea sau absorbţia partidului), este egal cu $-v$%.

Indicele volatilităţii electorale a partidelor non-parlamentare măsoară media voturilor exprimate în procente pentru toate partidele care nu obţin reprezentare legislativă într-un an electoral. Se calculează conform formulei:

$$VEPNP = \frac{V_{pnp}P_1 + V_{pnp}P_2 + V_{pnp}P_3 + \ldots + V_{pnp}P_n}{n},$$

unde $V_{pnp}P_n$ reprezintă procentul de voturi atribuite unui partid electoral P.

Tabelul 4. *Volatilitatea sistemică*

Anul	1990-1992	1992-1996	1996-2000	2000-2004	2004-2008
VET	62,5%	14,25%	37,75%	13,5%	20,17%
Anul	**1990**	**1992**	**1996**	**2000**	**2004**	**2008**
VEPNP	0	9,3	8,85	5,125	4,8	3,05

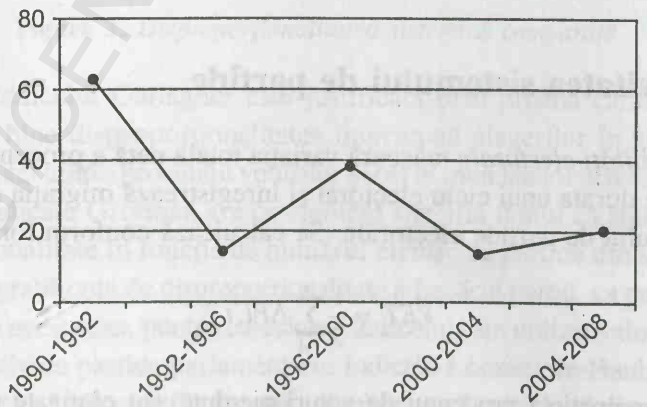


Figura 4. *Evoluţia indicelui volatilităţii totale în perioada 1990-2008*

Indicele volatilităţii electorale totale (VET) în cazul României pentru perioada 1990-2008 urmează un traseu sinuos, vârfurile corespunzând momentelor de alternanţă la guvernare, ce prefigurează stabilizarea completă a sistemului de partide. Cel mai înalt nivel al volatilităţii corespunde ciclului electoral 1990-1992, ca efect principal al fragmentării FSN; în general, primele două alegeri din statele Europei Centrale şi de Est sunt caracterizate de o volatilitate ridicată, fapt explicabil prin raportarea la condiţiile socioeconomice specifice tranziţiei dinspre comunism spre democraţie. Scăderea volatilităţii în perioada 1992-1996 se explică prin fundamentarea celor doi poli politici, CDR şi FDSN, şi prin incapacitatea celorlalte partide de a atrage un sprijin electoral consistent. Creşterea valorică accentuată a acestui indice în cadrul ciclului electoral următor, 1996-2000, corespunde destrămării CDR (şi colapsului ApR), precum şi momentului de maximă ascensiune a PRM (şi, implicit, de reorientare a voturilor înspre acesta). Anul electoral 2004 şi perioada premergătoare alegerilor parlamentare sunt definite de competiţia politică dintre cele două coaliţii – PSD + PUR şi ADA –, indicele volatilităţii atingând valoarea minimă istorică.

Din cauza marginalizării electorale a PRM, ciclul electoral 2004-2008 înregistrează o uşoară creştere a volatilităţii electorale, deşi configuraţia electorală este comparabilă cu cea din perioada imediat precedentă. Sistemul de partide în ansamblu nu suferă schimbări majore, realizându-se o polarizare maximă a celor două partide principale: PSD şi PD-L, acestea ocupând în spaţiul Legislativului o poziţie aproape egală. Panta descendentă pe care indicele volatilităţii electorale o urmează este în concordanţă cu tendinţa de coluziune a sistemului de partide (Ciobanu, 2006), practic reuşind să reproducă fidel mişcările de reorientare a votului alegătorilor către acele partide care au cele mai mari şanse să le reprezinte interesele.

Având în vedere evoluţia comparativă a indicelui NEP şi a VET, se poate susţine că gradul de competitivitate[1] a sistemului de partide din România se află într-o scădere constantă, lipsa unor măsuri suplimentare[2] de stimulare a vieţii

1. Termen semnificând oferta electorală ce stimulează migraţia unui procent semnificant de alegători pe durata unui ciclu electoral. Dacă oferta electorală este „neatractivă", atunci mişcările electorilor în cadrul sistemului vor fi în scădere, favorizând cronicizarea fenomenului de dealiniament, până în momentul introducerii unei noi „superoferte" (partid) atractive din punct de vedere politic.
2. Fac referire la acele ajustări sistemice (cea mai importantă fiind scăderea sau eliminarea totală a pragului electoral) ce ar permite accesul unor noi partide şi ar oferi ocazia unei reale alternanţe la guvernare.

electorale prefigurând pentru anul electoral 2012 o imobilitate aproape completă a electoratului român.

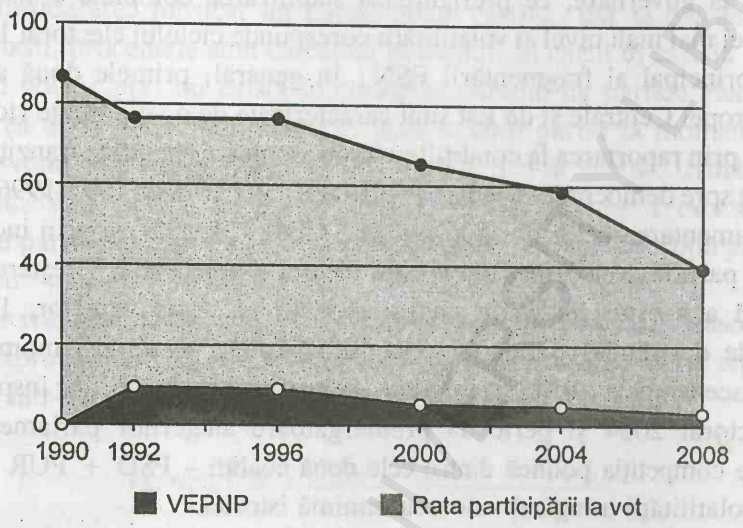


Figura 5. *Evoluţia comparativă a volatilităţii electorale a partidelor neparlamentare cu rata de participare la vot*

Din graficul de mai sus se poate deduce o analogie între accentuarea absenteismului şi disponibilitatea electoratului de a-şi „irosi" votul în favoarea unor competitori electorali ce au şanse minimale să câştige alegerile parlamentare. Astfel, cu cât bazinul electoral al partidelor se reduce (până la cota electoratului stabil – *hardcore*), cu atât scade şi proporţia voturilor atribuite unor partide perdante [sic !] sau care altfel sunt incapabile de a obţine reprezentare legislativă, orientând electoratul spre votul util. În cazul particular al României, pe fondul restrângerii capacităţii partidelor non-parlamentare de a obţine suport popular, adică al diminuării competitivităţii sistemului de partide în ansamblu, se accentuează şi scăderea ratei de participare la vot. Acest lucru este deosebit de important pentru acele partide care ar dori să se angajeze în competiţii electorale viitoare prin prisma faptului că, pe lângă barierele electorale, vor întâmpina rezistenţă şi din partea unui electorat circumspect, structurat ideologic şi programatic. Stimularea participării la vot este în mod necesar dependentă de sporirea gradului de competitivitate a sistemului de partide (scop realizabil doar printr-o nouă schimbare/ amendare a Legii electorale). Totuşi, raţiunea actualei stări de fapt, caracterizată prin imobilism partinic la nivel de sistem, rezidă în dorinţa partidelor care au

monopolizat deja puterea politică de a-şi păstra statu-quoul neamenințat de „outsideri". Dacă între 1992 şi 2004 linia de evoluţie a volatilităţii electorale a partidelor non-parlamentare şi cea a ratei de participare la vot au un parcurs paralel, identic, se pune problema înţelegerii de ce între 2004 şi 2008 panta ratei de participare la vot nu mai este paralelă cu panta VEPNP.

Pentru prima dată în istoria democratică a României, alegerile parlamentare din anul 2008 au fost decuplate de alegerile prezidenţiale. Lipsa candidatului prezidenţial şi separarea în cadre temporale diferite a celor două evenimente electorale au făcut ca interesul corpului electoral să scadă şi, implicit, să antreneze cu sine o potenţare a absenteismului. Desfăşurarea aproape simultană a alegerilor prezidenţiale cu cele parlamentare şi încărcătura simbolică şi emoţională a celor dintâi, în retrospectivă istorică, au susţinut cota ratei de participare la vot până la alegerile din 2008. Trendul descendent al ratei de participare la vot din România este comparabil cu cel al unor state din estul Europei, precum Cehia şi Polonia, însă evoluţia galopantă în sens pozitiv a absenteismului în perioada 2004-2008 se poate explica doar prin cuantificarea schimbărilor normative cu privire la desfăşurarea scrutinelor. Se poate afirma cu certitudine că lipsa candidatului prezidenţial (nu s-a mai reprodus efectul cumulat al participării la vot[1]) a fost o primă sursă a accentuării absenteismului, iar introducerea sistemului de „vot uninominal" este cea de-a doua sursă, deşi a avut o pondere mai mică în amploarea fenomenului.

Transformarea esenţială a sistemului electoral s-a răsfrânt, după cum am menţionat deja fugitiv, asupra modului de desfăşurare a campaniilor electorale, în speţă a modului de ipostaziere a candidaţilor pentru funcţia prim-ministerială în campania electorală naţională. Spre deosebire de toţi ceilalţi candidaţi, cei numiţi mai sus, pe lângă funcţia reală (cea de candidat pentru o funcţie proprie de senator sau deputat), şi-au însuşit o funcţie simbolică secundară, cea de vector de imagine şi opinie al partidului în campania de la nivel naţional (proverbiala „locomotivă electorală"). Datorită personalizării vieţii politice din România postcomunistă şi în contextul prezentării în alegeri cu un alt candidat decât arhetipul prezidenţial, unul dintre punctele-cheie ale discursului imagologic folosit cu precădere de Mircea Geoană în campania electorală a fost acela al transferului de personalitate şi implicit de imagine şi legitimitate asupra tuturor candidaţilor din partea PSD.

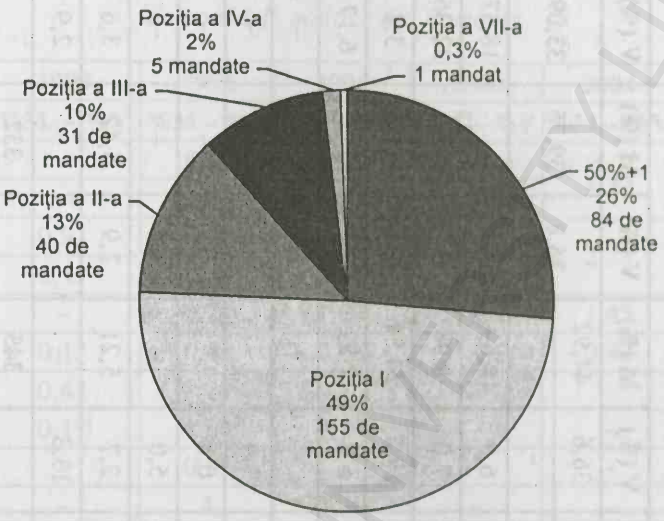
1. Un segment electoral participa la vot pentru a susţine candidatul la preşedinţie, un alt segment pentru a învesti Parlamentul şi un segment terţ pentru ambele momente electorale.

Acest transfer a reuşit o mobilizare mai puternică a electoratului urban, însă nu a fost complet la nivelul ruralului, unde PSD a avut performanţe mai slabe comparativ cu alegerile precedente. Din start, miza participării la vot pe baza acestui criteriu a fost neclară şi subapreciată de electori, deoarece la nivelul mentalului colectiv se ştia că viitorul prim-ministru va fi numit (acţiune independentă de scorul obţinut de un partid în alegeri), spre deosebire de candidatul prezidenţial, care ar fi fost sigur de poziţia câştigată. Totuşi, cu datele disponibile nu se poate intui care ar fi fost rezultatul votului în situaţia ipotetică în care alegerile parlamentare şi prezidenţiale s-ar fi desfăşurat concomitent, dar utilizând mecanismul mixt proporţional de atribuire a mandatelor.

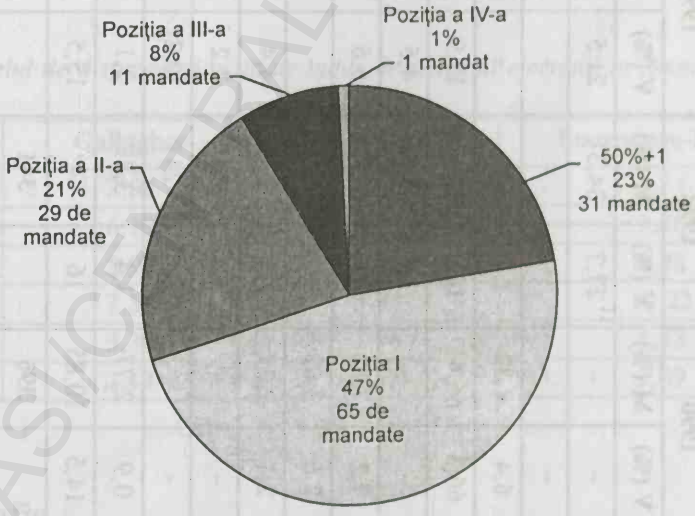
Concluzii

Am susţinut în introducerea acestui articol că performanţa comparativă a unui sistem electoral proporţional se stabileşte prin raportare la gradul de proporţionalitate pe care îl imprimă reprezentării partinice la nivel de legislativ. Utilizând indicatori specifici pentru măsurarea gradului de disproporţionalitate sistemică, am arătat că, în cadrul alegerilor parlamentare din 2008, rezultatele transformării voturilor în mandate au avut cel mai ridicat grad de proporţionalitate din istoria electorală a României. Prin analiza poziţiei de atribuire a mandatelor de deputaţi şi senatori, consider că am contracarat o critică importantă, nefondată la adresa actualului sistem de vot, demonstrând în fapt că majoritatea mandatelor au revenit candidaţilor care, din punctul de vedere al scorului electoral obţinut, au fost „cei mai buni dintre cei mai buni" în colegiile lor. În cele din urmă, am încercat să stabilim o relaţie de cauzalitate între rata de participare la vot (înţeleasă ca *dealiniament*) şi competiţia la nivelul sistemului de partide, cu scopul de a surprinde o tendinţă viitoare de imobilitate a electoratului. Actualul sistem de vot nu va favoriza accesul unor noi partide în sistemul de partide din cauza pragului electoral cu dublu efect reductiv. În această situaţie, electoratul poate deveni din ce în ce mai demobilizat şi dezorientat cu privire la mizele competiţiei politice, situaţia putând fi redresată doar printr-o amendare a actualei legi electorale în sensul reducerii sau eliminării pragului electoral, cu scopul precis de a încuraja emergenţa unor noi competitori electorali.

Anexa 1. Poziţia de alocare a mandatelor



Poziţia de alocare a mandatelor în Camera Deputaţilor



Poziţia de alocare a mandatelor în Senat

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anexa 2. Cota voturilor şi a mandatelor obţinute de partide în perioada 1990-2008

	1990		1992		1996		2000		2004		2008	
	V (%)	M (%)	V (%)	M (%)	V (%)	M (%)	V (%)	M (%)	V (%)	M (%)	V (%)	M (%)
PSD	–	–	27,7	34,31	21,5	26,53	36,6	44,92	36,8	39,75	33,09	34,13
PUR	–	–	–	–	–	–	–	–				
PNL	6,4	7,32	2,6	–	–	–	6,9	8,69	31,5	33,73	18,57	19,46
PD	66,3	66,41	10,2	12,60	12,9	15,45	7,0	8,98			32,36	34,43
PRM	–	–	3,9	4,69	4,5	5,53	19,5	24,34	13,0	14,45	3,2	–
UDMR	7,2	7,32	7,5	7,91	6,6	7,28	6,8	7,82	6,2	6,62	6,17	6,58
PNŢCD	2,6	3,03	–	–	–	–	–	–	1,9	–	–	–
PUNR	2,1	2,27	7,7	8,79	4,4	5,24	1,4	–	–	–	–	–
PSM	–	–	3,0	3,81	2,2	–	0,8	–	–	–	–	–
CDR	–	–	20,0	24	30,2	35,56	5,0	–	–	–	–	–
Minorităţi	0,9	2,77	1,4	3,81	2,1	4,37	2,7	5,21	2,9	5,42	3,6	5,38
Alţii	14,5	10,85	16	–	15,5	–	13,3	–	–	–	2,9	–
Total		**396**		**341**		**343**		**345**		**332**		**334**

BCU IAŞI CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

Anexa 3. Calculul disproporționalității sistemice

Rezultatele diferenței dintre procentul de mandate și de voturi obținute de partidele politice din România

	1990	1992	1996	2000	2004	2008
	%M – %V	%M – %V	%M – %V	%M – %V	%M – %V	%M – %V
PSD	–	6,61	5,03	8,32	2,95	1,04
PC	–	–	–	–		
PNL	0,92	–	–	1,79	2,23	0,89
PD	0,11	2,4	2,55	1,96		2,07
PRM	–	0,79	1,03	4,84	1,45	–
UDMR	0,12	0,41	0,68	1,02	0,42	0,41
PNȚCD	0,43	–	–	–	–	–
PUNR	0,17	1,09	0,84	–	–	–
PSM	–	0,81	–	–	–	–
CDR	–	4	5,36	–	–	–
Minorități	1,87	2,41	2,27	2,51	2,52	1,78
Alții	-3,65	–	–	–	–	–

Nivelul de disproporționalitate indus de sistemul electoral în România

	Gallagher	Grofman	Loosemore-Hanby
1990	2,99	1,68	1,81
1992	6,10	3,89	9,26
1996	5,93	4,15	8,88
2000	7,31	5,84	10,22
2004	3,34	1,96	4,78
2008	2,17	1,73	3,09

Bibliografie

Abraham, Florin. 2006. *România de la Comunism la Capitalism*. București: Tritonic.
Carmines, Edward G., John P. McIver și James A. Stimson. 1987. Unrealized Partisanship: A Theory of Dealignment. *The Journal of Politics*, nr. 2, pp. 376-400.

BIBLIOTECA CENTRALĂ UNIVERSITARĂ

Evans, Geoffrey şi Stephen Whitefield. 1993. Identifying the Bases of Party Competition in Eastern Europe. *British Journal of Political Science*, nr. 4, pp. 521-548.

Farrell, David. 2001. *Electoral Systems*. Norfolk: Palgrave Macmillan.

Legea electorală. http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_votului_uninominal_alegere_deputati_ senatori_alesi_locali_35_2008.php.

Pennings, Paul, Hans Keman şi Jan Kleinnijenhuis. 2006. *Doing research in political science*. Londra: Sage Publications.

Pippa, Norris. 2002. Ballot Structures & Legislative Behavior. În Timothy Powers şi Nicol Rae (coord.). *Exporting Congress*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, http://www.ksghome.harvard.edu/~pnorris/ACROBAT/Miami%20Norris.pdf.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Partea a II-a

Campaniile electorale

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IAS/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Campania electorală 2008 – o radiografie a strategiilor discursive

Simion Ilie

„Les promesses des hommes politiques
n'engagent que ceux qui les reçoivent."
Charles Pasqua

Introducere

Firul conductor al acestui capitol este ipoteza conform căreia o parte a marketingului politic (din România, dar nu numai) are tendinţa de a copia în mod servil tehnicile şi metodele marketingului comercial, fără să ţină cont de specificitatea „produsului" numit *om politic* sau particularitatea relaţiilor existente în câmpul politic – caracterizată printr-un habitus (Bourdieu, 1981, p. 71) specific – şi cu atât mai puţin de aspectele de originalitate a politicii din România. Această circumstanţă este agravată, în opinia noastră, de incapacitatea actorilor politici de a reflecta şi a degaja adevărate linii strategice, din cauza sucombării lor sub presiunea imperativelor de ordin tactic. Gândirea strategică presupune viziune şi originalitate. Calitatea cea mai importantă a unui strateg este aceea de a avea o gândire critică structurată, însoţită de un simţ exersat al realităţii. Cel mai mare duşman al gândirii strategice este *gândirea stereotipă*, deoarece strategia operează în câmpul posibilului, pe când stereotipul produce o simplificare a realităţii prin operarea unei reducţii grosiere a acesteia.

BUCHAREST NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

În cele ce urmează, preocuparea noastră se va limita la strategiile politice ale principalelor trei partide, PSD, PD-L, PNL, folosind ca bază de analiză manifestările publice ale principalilor actori din această campanie. Considerăm că ar fi o greşeală să analizăm strategiile politice doar prin prisma platformelor-program ale partidelor din cel puţin trei motive majore:

- Platforma-program este un document static, care, odată publicat, nu mai poate fi modificat, pe când acţiunea strategică presupune interacţiune.
- Activitatea strategică presupune o interacţiune între doi sau mai mulţi actori capabili să-şi modifice de fiecare dată comportamentul în funcţie de comportamentul adversarului. În această interacţiune strategică, actorul inteligent sau eficient este acela care ştie să folosească planurile adversarului pentru a-şi realiza propriul plan de acţiune.
- Numărul votanţilor care vor fi citit şi înţeles programele politice îl putem considera cu uşurinţă nesemnificativ. Jurnaliştii şi analiştii politici sunt printre puţinii care citesc astfel de documente, dar ei, la rândul lor, selectează şi încearcă să creeze nişte *shortcut*-uri informaţionale.

Perspectiva din care vom încerca să analizăm strategiile din campania pentru alegerile parlamentare 2008 este una analitic-comprehensivă, poziţia noastră fiind aceea a unui observator exterior care judecă aceste strategii, nu atât din unghiul raportului dintre intenţionalitate şi rezultate, ci din prisma dorinţei de a înţelege metodele, tehnicile şi principiile ce au stat la baza acestei confruntări politico-mediatice, aşa cum s-au manifestat ele în discursul şi acţiunile actorilor politici din campania electorală.

Principalele implicaţii ale „votului uninominal"

Înainte de a analiza strategiile politice şi electorale ale alegerilor parlamentare din 2008, este important să discernem ce schimbări s-au produs odată cu introducerea noului sistem de vot uninominal. Un aspect normativ (legea uninominală) poate schimba o paradigmă, chiar dacă această schimbare nu se produce imediat. Ipoteza pe care o lansăm aici este că această schimbare se face în sensul unei mai mari similitudini a campaniei electorale cu modelul impus de marketingul politic.

A. *Ancorarea teritorială – proximitate* versus *generalitate*

Translaţia spre votul mixt proporţional de la alegerile parlamentare din toamna anului 2008 a fost prefigurată de schimbările operate în Legea alegerilor locale[1], prin introducerea sistemului de vot uninominal direct, într-un singur tur de scrutin, pentru preşedinţii consiliilor judeţene. Transpunerea aceluiaşi model la alegerile parlamentare a generat o serie de complicaţii ce impuneau decizii importante, cu efecte probabile asupra strategiei de ansamblu. Unul dintre dezideratele legii votului uninominal a fost acela de a produce o mai mare responsabilizare a oamenilor politici în raport cu electoratul specific[2]. Soluţia gândită a fost aceea a „legării de glie" a parlamentarilor prin introducerea colegiilor uninominale, în vederea creării unei legături mult mai strânse între guvernaţi şi guvernanţi. Într-o primă fază, încă din momentul negocierii[3] colegiilor, partidele politice au fost nevoite să facă o serie de alegeri tactice cu obiectivul clar al obţinerii unui număr cât mai mare de colegii „sigure"[4]. A doua fază, şi mai importantă pentru partide, a fost aceea a repartizării candidaţilor pe colegii uninominale. În această fază, modelarea rezultatelor precedentelor alegeri în funcţie de noile delimitări pe colegii şi simularea repartizării mandatelor pe algoritmul noii legi electorale au constituit instrumente preţioase pentru partidele care doreau să repartizeze în colegii „sigure" candidaţii importanţi.

Odată încheiate aceste două faze, candidaţii au descoperit că se aflau în faţa unei realităţi inedite, ce presupunea gestionarea contradicţiei dintre rolul de proximitate pe care trebuia să-l joace candidatul în raport cu electoratul, astfel încât să-i câştige încrederea/votul, şi poziţia de generalitate la care trebuia să se ridice pentru a răspunde „fişei postului" unui parlamentar ce are atribuţiuni diferite de cele ale unui primar sau preşedinte de consiliu judeţean. Un caz cu

1. Legea nr. 67/2004 pentru alegerea autorităţilor administraţiei publice locale, cu modificările ulterioare.
2. Vezi expunerea de motive a Asociaţiei Pro-Democraţia: www.apd.ro/votuluninominal/, accesat la 15 ianuarie 2008.
3. Termenul *trasare*, preferat de politicieni, obnubilează natura reală a procesului prin care s-a făcut delimitarea colegiilor.
4. Colegiu „sigur" este cel în care caracteristicile sociodemografice ale populaţiei, istoricul votului şi culoarea politică a conducerii locale sunt concordante cu profilul candidatului şi cu cel al partidului din care face parte.

totul deosebit au avut de gestionat doi dintre cei trei candidaţi propuşi de partide pentru funcţia de prim-ministru: Călin Popescu Tăriceanu şi Mircea Geoană. Aceştia au avut de gestionat de fapt trei campanii simultane: *campania partidului la nivel naţional*, în calitatea lor de preşedinţi de partid, *campania de prim-ministru*, pentru care era nevoie de construcţia unei imagini specifice, şi *campania din colegiu*, care nu trebuia neglijată, dat fiind faptul că un eşec în cea de-a doua antrena în mod inevitabil eliminarea din cursa pentru funcţia de prim-ministru şi chiar o eventuală ieşire din prima scenă a vieţii politice. Theodor Stolojan nu s-a confruntat cu o asemenea situaţie, nefiind nici lider de partid, nici candidat în colegiu, având aşadar avantajul unei mai mari disponibilităţi de mişcare în teritoriu. Într-o secţiune viitoare vom încerca să detaliem avantajele şi inconvenientele unei astfel de posturi.

B. *Profesionalizarea campaniilor*

Dacă partidele politice şi unii lideri importanţi[1] au descoperit anterior dimensiunea profesionistă a campaniilor electorale, nu acelaşi lucru se poate spune şi despre majoritatea politicienilor care, până la aceste alegeri, se aflau în postura de a aplica în mod conştiincios directivele venite de la centru, contribuţia lor în calitate de candidaţi fiind de cele mai multe ori prioritar financiară. În faţa acestei provocări, candidaţii au avut de ales între diferitele modele de comunicare politică: comunicarea politică modernă (Miège, 1996), ce presupune întrebuinţarea tehnicilor de marketing politic, modelul „dialogic", bazat pe contactul şi schimbul de idei cu electorul (care merge de la strângerea de mână într-o piaţă ori dezbaterea organizată în curtea unei şcoli până la miting şi prezentarea solemnă a programului), şi modelul propagandistic, care se foloseşte de argumentare pentru a seduce auditoriul. Partidele şi candidaţii sunt mai mult sau mai puţin ataşaţi de unul dintre aceste modele, în funcţie de propriile orientări politice, însă rareori le neglijează pe celelalte.

Faţă în faţă cu necunoscuta numită colegiu electoral, cei mai importanţi candidaţi au apelat, într-o măsură mult mai importantă decât de obicei, la sprijinul profesionist al consilierilor, al sondajelor de opinie, al agenţiilor de marketing şi/sau publicitate. Această cerere, relativ bruscă, a apărut pe o piaţă a cărei ofertă

1. Ne referim în special la acei lideri confruntaţi cu rigorile votului uninominal la nivel naţional (de exemplu, candidaţii la funcţia de preşedinte).

era dominată de companii de consultanţă specializate mai ales în marketingul comercial şi mai puţin adaptate marketingului politic. Deşi o bună parte dintre metodele şi tehnicile marketingului politic sunt împrumutate din zona comercială, acestea necesită o adaptare, deoarece produsul numit „om politic" este diferit de orice produs comercial. Or, aşa cum vom încerca să arătăm în cele ce urmează, tinereţea marketingului politic românesc se manifestă uneori prin recurgerea la o imitaţie, netrecută prin filtrul critic, a principiilor, tehnicilor şi metodelor marketingului comercial, fapt ce influenţează în mod inevitabil eficacitatea campaniilor electorale. Aceste diferenţe specifice ce ar trebui să stea la baza oricărei strategii de campanie electorală au fost adesea ignorate, aşa cum vom avea ocazia să arătăm în continuare. Având în vedere aceste elemente, considerăm oportună o abordare succintă a raportului dintre marketingul comercial şi marketingul politic, cu referire prioritară la evoluţiile recente, observate la ultimele alegeri.

1. Reclama „produs" *versus* imagine de „marcă"

Tendinţa actuală în domeniul marketingului comercial pare să privilegieze - cel puţin în afara perioadelor de criză [sic!] - o investiţie continuă şi constantă în vederea întreţinerii imaginii de marcă în detrimentul reclamei de tip *one shot* la un produs. Marketingul politic pare să preia această tendinţă, favorizând mai degrabă o comunicare politică permanentă în detrimentul unei campanii electorale periodice şi agresive. Într-un mod mai mult sau mai puţin premeditat, în România, acest fenomen este favorizat şi de modul cum se prezintă calendarul electoral, marcat de evenimente electorale dispersate[1].

Ultimul eveniment electoral al anului 2008 în România a fost ocazia perfectă în care s-a produs o confruntare directă între cele două modele: publicitatea de marcă, reprezentată pe acest teren de comunicarea făcută de partide pe tema apartenenţei ideologice şi a programului electoral, şi comunicarea de tip produs, centrată pe caracteristicile şi atributele specifice candidaţilor. Rezultatul acestei confruntări a generat o poziţionare îndreptată în principal spre opţiunea modernă, ce vizează investiţia în ranforsarea identităţii partidului. Campaniile din colegiu

1. Ne referim în primul rând la decalajul introdus între alegerile parlamentare şi cele prezidenţiale şi la introducerea unui eveniment electoral relativ recent, şi anume alegerile europarlamentare.

ale candidaţilor au fost mai degrabă variaţii sintagmatice ale aceleiaşi paradigme „impuse de la centru".

2. Adaptarea modelului de *endorsement*

Preluând modelul comunicării specific mărcilor comerciale, pe fondul unei pierderi de capital simbolic, partidele politice s-au gândit să-şi infuzeze brandul politic prin intermediul unui transfer de simpatie din rândul personalităţilor care se bucură de o cotă importantă de popularitate din partea publicului. Acest procedeu este cunoscut în marketing sub numele de *endorsement* (engleză) sau *parrainage* (franceză). Dacă procedeul nu este deloc nou, rămâne de văzut cum a fost gândită strategia partidelor cu privire la cooptarea vedetelor pentru a candida din partea partidelor în alegerile uninominale.

Emitem ipoteza că, prin această mişcare, nu s-a urmărit realmente câştigarea acestor colegii de către vedete. În caz contrar, aceasta ar fi dovedit o înţelegere superficială din partea consilierilor în marketing politic/decidenţilor politici a resorturilor ce stau la baza procedeului de tip *endorsement*. Vom încerca să explicăm acest fapt prin intermediul unui exemplu extras din practica comercială: Nadia Comăneci, Gheorghe Hagi şi Ilie Năstase s-au asociat cu brandul BRD în vederea producerii aşa-numitului *endorsement* din postura de *clienţi satisfăcuţi*, şi nu din aceea de bancheri experţi în plasamente financiare. Verosimilitatea posturii lor era absolut esenţială pentru a nu suscita rezistenţa psihologică a potenţialilor consumatori. Credibilitatea este întotdeauna o variabilă relativă. Luminiţa Anghel se bucură de simpatie şi credibilitate în postura sa de artistă, dar nu şi în aceea de politician. Pentru ca vedetele să fi fost credibile în noua lor postură de politicieni ar fi fost nevoie şi de un transfer de credibilitate din zona politicului, fapt imposibil de realizat într-o perioadă atât de scurtă. Rezultatele alegerilor confirmă, cu mici excepţii, cele arătate mai sus. De exemplu, în Bucureşti se observă că nici una dintre „vedetele" care au candidat nu au obţinut un loc în Parlament, iar aceasta chiar şi în cazul celor care mai fuseseră parlamentari, însă ca urmare a unui vot pe liste, nu a unui vot popular[1]. Cazul actorului Mircea

1. Regizorul Sergiu Nicolaescu, candidat PSD + PC în colegiul 1 pentru Senat, a obţinut 30,79%, fiind învins de democrat-liberala Cornelia Cazacu (39,30%). Interpreta Dida Drăgan, care a candidat din partea PNL în colegiul 3 pentru Senat, a obţinut numai 11,07% dintre voturi, fiind depăşită atât de Cristian Diaconescu (PSD + PC) (41,82%),

Diaconu, care a câştigat în Argeş un fotoliu de parlamentar pentru PNL, este mai degrabă excepţia care confirmă regula. Dar chiar şi acesta a obţinut fotoliul în etapa a doua, de pe poziţia a doua din colegiu[1].

Revenind la ipoteza iniţială, considerăm că partidele au numit de fapt vedetele să candideze în colegiile „fără şanse" sau „cu şanse minime"[2], cu scopul clar al maximizării numărului de voturi obţinute în vederea etapei a doua de redistribuire. Ei au fost mieii sacrificaţi, iar din această perspectivă, opţiunea partidelor nu a fost greşită. Cu cât contracandidaţii vedetelor au fost mai lipsiţi de notorietate, cu atât aceştia au pierdut voturi în favoarea vedetelor, pe de o parte, pentru că riscul alegerii acestora din urmă a fost perceput ca fiind mai scăzut din punctul de vedere al alegătorilor (între cineva pe care nu-l cunosc deloc şi cineva despre care am auzit ceva, chiar dacă nu are legătură cu obiectul alegerii pe care trebuie să o fac, a doua variantă este percepută drept mai puţin riscantă), iar pe de altă parte, datorită efectului de notorietate (când nu ştiu ce să aleg, voi alege ceva care „sună" bine). Dincolo de rolul lor de „culegători de voturi" în colegiu, prin atracţia lor mediatică, vedetele au constituit adevăraţi vectori de imagine la nivel naţional, unde gestul alăturării lor unui partid în calitate de candidaţi putea fi interpretat în sens mai generos, ca fiind o dovadă maximă de simpatie pentru acel partid. Acceptarea candidaturii era o probă de seriozitate a asocierii cu partidul respectiv.

C. *Dezbaterea politică* en vedette

Spre deosebire de sistemul electoral proporţional cu vot pe listă, sistemul electoral mixt proporţional cu vot majoritar în circumscripţii plurinominale a creat premisele unei translatări a centrului de greutate al campaniei dinspre programul politic

---

cât şi de Tudor Şerban (PD-L) (34,57%). Fostul comentator sportiv Cristian Ţopescu (PNL) a fost preferat de 23,14% dintre alegătorii din colegiul 7 pentru Senat, iar cântăreaţa Luminiţa Anghel (PSD + PC) nu a convins electoratul din colegiul 25 pentru Camera Deputaţilor, circumscripţie unde lider a fost democrat-liberala Elena Udrea.

1. Florea Costache (PSD) a obţinut 41,55% dintre voturile valabil exprimate, urmat de Mircea Diaconu (PNL), cu 23,79% dintre voturi, şi Gheorghe Nicuţ (PD-L), cu 22,27% dintre voturi.
2. Adică au aruncat vedetele în curse electorale din colegii considerate fiefuri ale altor partide.

înspre personalitatea candidaţilor, aceştia putându-se bucura de o „fereastră de vizibilitate" potenţială mult mai mare decât în trecut. Felul cum au ales atât partidele, cât şi candidaţii să folosească această oportunitate a depins în mare măsură de soluţia pe care au ales-o pentru a depăşi neîncrederea majorităţii populaţiei în clasa politică[1]. Dacă la nivelul partidelor politice s-a încercat realizarea unui transfer de învestitură simbolică prin cooptarea vedetelor[2] în calitate de candidaţi în colegii, la nivelul candidaţilor, tentaţia exhibării laturilor private ale existenţei lor non-politice a fost semnificativ mai importantă decât altădată. La aceste alegeri, politicienii au avut posibilitatea – mai mult decât în trecut – să-şi construiască acea imagine publică menită să-i individualizeze atât prin raportare la contracandidaţii din celelalte partide, cât şi prin raportare la colegii din propriul partid. În alte cazuri s-a ales varianta conformismului total, preferându-se uneori umplerea vidului creat de necesitatea individualizării prin exhibarea laturii private a personalităţii lor: Elena Udrea a croşetat în direct la Realitatea TV, Bogdan Olteanu şi-a afişat latura de familist şi a cusut nasturi etc. Trebuie avut în vedere de asemenea că, în perioada campaniei electorale, mass-media se află şi ea într-o poziţie destul de delicată, fiindu-i aproape imposibil să ignore subiectul alegerilor; iar atunci când îl abordează, dacă dezvoltă un discurs de tip dezbatere publică, axat exclusiv pe prezentarea programelor politice, pe confruntarea de idei etc., sancţiunea publicului este imediată şi invariabilă: scăderea tirajelor/audienţelor.

Astfel, pentru a ieşi din acest impas şi pentru a reaprinde „flacăra politică" a clienţilor lor, ascultători/cititori/telespectatori, mass-media este obligată să inoveze, iar schimbarea sistemului electoral a constituit pretextul perfect pentru a mai face un pas spre „tabloidizarea" dezbaterilor politice, făcând apel la elemente „inedite" de mobilizare a audienţei/electoratului: obiceiurile casnice, talentul la dans al candidaţilor şi alte elemente senzaţionale au „vândut" spaţiul mediatic mult mai bine decât programele partidelor politice sau dezbaterile de idei. Chiar şi atunci când acestea au existat (vezi singura dezbatere televizată[3] dintre cei trei candidaţi

1. Conform unui sondaj GFK din 12 august 2008, politicienii se aflau pe ultimul loc în ceea ce priveşte nivelul de încredere inspirat românilor, cu doar 14% opinii favorabile (http://www.gfk-ro.com/new/press126/press-details.html).
2. Vezi *supra*.
3. Emisiunea moderată de Gabriela Vrânceanu Firea, „Eu cu cine votez?", difuzată în direct la Antena 3, pe 26 noiembrie 2008.

desemnaţi pentru funcţia de prim-ministru), nu au lipsit ingredientele unei emisiuni de divertisment. Evident, în acest context, politicienii trebuie să conştientizeze existenţa acestui apetit pentru non-politic şi să se ferească de situaţia în care devin victime uşoare ale goanei după senzaţional a mass-mediei. De altfel, aceştia sunt rareori victimele reale ale acestor „malversaţiuni", ei întreţinând setea de senzaţional a mass-mediei, uneori fiind chiar la originea „materialelor" respective, în vederea obţinerii unui câştig rapid de notorietate.

Dacă Niccolo Machiavelli (2006) pleda în *Principele* pentru construcţia unei imagini publice în vederea seducerii electoratului, chiar dacă aceasta nu corespunde cu realitatea[1], Schwartzenberg (1977) făcea analogia clară între politică şi spectacol, acuzând vehement practica conform căreia politica se reduce la persoane sau mai degrabă la personaje care joacă de fapt nişte roluri stereotipe. Autorul nu vorbeşte însă şi despre faptul că, în condiţiile actuale, nici un om politic nu ar avea şanse în competiţia electorală dacă nu ar apela la asemenea procedee menite să inflameze periodic imaginarul politic al oamenilor.

Într-un interviu din 1955 (Raspiengas, 1995), Michel Roccard, fost prim-ministru al Franţei între 1988 şi 1991, este întrebat de ce politicienii au abandonat rolul pedagogic, lăsându-se antrenaţi în logica spectacolului. Răspunsul lui a fost edificator: „Pentru că la televiziune apari doar cu condiţia de a nu depăşi un minut şi 10 secunde". Fără a intra în detaliile afirmaţiei polemice a lui McLuhan (1964) conform căreia „mediul este mesajul", este important să înţelegem că specificităţile impuse de canalul de comunicare influenţează *à la longue* în mod fundamental tipologia temelor, a personalităţilor şi a tipurilor de abordare de natură să facă obiectul unei generalizări mediatice[2].

1. „Lumea vede bine ceea ce eşti pe dinafară, dar puţini văd ceea ce eşti pe dinăuntru; iar cei puţini nu îndrăznesc să contrazică opinia mulţimii [...] pentru că poporul nu judecă decât ceea ce vede."
2. Pentru o explicaţie mai detaliată a teoriei, recomandăm consultarea documentaţiei multimedia (text + audio) *Le médium, c'est le message*, Arhivele Radio-Canada ale Societăţii Radio-Canada, http://archives.radio-canada.ca/arts_culture/medias/clips/1675 (accesat la 11 ianuarie 2009).

Un model teoretic de înţelegere a strategiilor discursive din câmpul politic

Instrumentele pe care le folosim pentru înţelegerea realităţii sunt întotdeauna reductoare, subiective şi imperfect adaptate complexităţii infinite a materialului primar. În plus, ele condiţionează foarte puternic nu doar tipul rezultatelor obţinute, ci însuşi tipul problematicilor identificate „quand on n'a qu'un marteau, tous les problèmes deviennent des clous". Soluţia ieşirii din acest impas este diversificarea instrumentelor şi adaptarea lor la specificul „feliei de realitate" asupra căreia ne concentrăm.

Fideli observaţiei noastre anterioare, conform căreia o bună parte a marketingului politic românesc nu ţine cont de trăsăturile specifice câmpului politic, în cele ce urmează, vom propune un model semiologic de analiză a discursurilor actorilor politici. Înţelegerea strategiilor discursive şi a complicatelor lor metamorfozări care se pot produce în interacţiunea dintre actorii eşichierului politic este absolut esenţială mai ales dacă suntem de acord cu dictonul francez conform căruia „gouverner c'est parler (...)" Şi în continuare : „[...] au nom des principes et agir au profit de ses amis". *A fortiori*, a fi în opoziţie presupune un foarte mare efort discursiv şi mai puţine posibilităţi de acţiune.

Orice actor politic este obligat în egală măsură să acţioneze şi să comunice, şi aceasta nu doar în campania electorală. Aşa cum remarcă Hannah Arendt (1983, p. 235), acţiunea mută nu s-ar mai putea numi acţiune, pentru că din ecuaţie ar lipsi actantul (actorul), cu alte cuvinte, putem încerca o analiză a felului cum acţionează actorii politici prin intermediul discursului lor public. Considerăm că discursul politic este acel spaţiu de persuasiune în care se construieşte legitimitatea şi credibilitatea politicului, intermediar între valorile, idealurile, proiectele revendicate şi acţiunile efectuate (Charaudeau, 2005).

BCU IASI

A. *Schema parcursului generativ al semnificației politice*

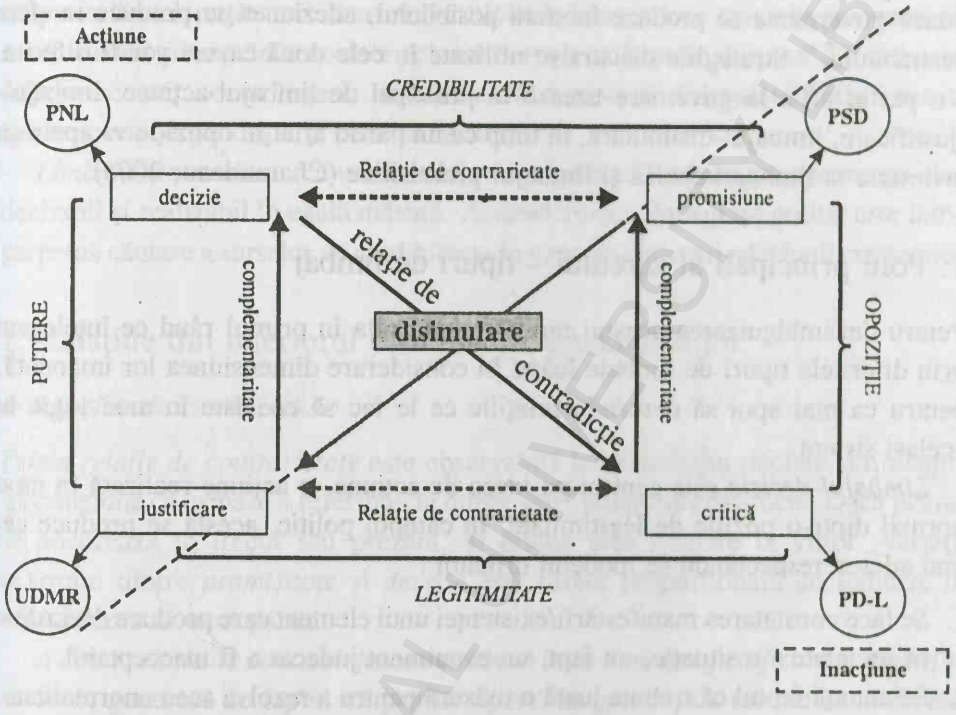


Figura 1. *Schema parcursului generativ al semnificației politice*

Modelul semiologic de analiză a discursului politic, pe care-l vom construi în continuare, are la bază teoria parcursului generativ al semnificației, modelată de ilustrul semiotician francez Greimas (1996).

Într-o primă fază, ne propunem să surprindem relațiile de tensiune ce se formează între diferitele tipuri de limbaj întrebuințate pe scena politică în vederea construirii unei scheme logice de interacțiune discursivă adaptată specificității câmpului politic. În a doua etapă, vom utiliza acest model pentru o mai bună înțelegere a tacticilor și strategiilor de care au uzat partidele în campania electorală pe care o analizăm. În mod evident, vom fi consecvenți în încercarea de a confirma ipoteza noastră inițială conform căreia actorii politici din opoziție sunt avantajați în campania electorală prin numărul mai mare de posibilități combinatorii între diferitele tipuri de limbaje. Acest fapt ar putea explica fenomenul rotației partidelor la putere.

BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Dacă acest lucru este posibil în afara datelor electorale, el se va manifesta *a fortiori* şi în timpul campaniei electorale, pentru că, în această perioadă, limitele dintre putere şi opoziţie tind să se estompeze. Charaudeau remarca faptul că „dacă guvernarea se produce în sfera posibilului, adeziunea se produce în sfera dezirabilului". Strategiile discursive utilizate în cele două cazuri vor fi diferite. Un partid aflat la guvernare uzează în principal de limbajul-acţiune, limbajul--justificare, limbajul-disimulare, în timp ce un partid aflat în opoziţie va apela cu prioritate la limbajul-critică şi limbajul-promisiune (Charaudeau, 2005).

1. Polii principali ai careului – tipuri de limbaj

Pentru dezambiguizarea acestui model, vom arăta în primul rând ce înţelegem prin diferitele tipuri de limbaje luând în considerare dimensiunea lor imanentă, pentru ca mai apoi să descriem relaţiile ce le fac să coexiste în mod logic în acelaşi sistem.

Limbajul-decizie este centrat pe ideea de acţiune, o acţiune realizată în mod normal dintr-o poziţie de legitimitate. În câmpul politic, acesta se produce cel mai adesea respectându-se modelul următor:

1. Se face constatarea manifestării/existenţei unui element care produce dezordine în societate: o situaţie, un fapt, un eveniment judecat a fi inacceptabil.
2. Se anunţă faptul că trebuie luată o măsură pentru a rezolva acea anormalitate.
3. Se dezvăluie măsura de natură să readucă societatea la un nivel judecat a fi acceptabil.

Limbajul-justificare apare atunci când deciziile şi acţiunile au nevoie să fie legitimate, ca urmare a presiunii exercitate de celelalte forţe politice sau venite din partea societăţii civile. În acest moment, se va reveni asupra acţiunii pentru a justifica/reaminti motivele pentru care a fost necesară. Discursul de justificare confirmă buna fundamentare a deciziei şi deschide posibilitatea unor noi acţiuni ca o prelungire/ajustare a precedentelor.

Limbajul-critică este expresia „presiunii" de contrapondere exercitate de actorii politici care se află într-o mişcare perpetuă de (re)aranjare a raporturilor de putere. Critica apare de obicei ca reacţie la *limbajul-decizie*, producând din partea celui vizat fie o reacţie de tip justificare, fie o reacţie de tip *disimulare*. *Limbajul-critică* neînsoţit de *limbajul-promisiune* conduce la trecerea din zona iconoclastiei în zona nihilismului.

Limbajul-disimulare este o expresie care desemnează mai degrabă non-limbajul. Contrar percepţiei comune conform căreia politicienii spun vrute şi nevrute, actorul politic nu vorbeşte (aproape) niciodată orice şi oricum. El ştie că trebuie să prevadă cel puţin trei lucruri: criticile adversarilor, efectele perverse ale mass-mediei şi mişcările sociale pe care doreşte să le preîntâmpine. Ca urmare a tuturor acestor constrângeri, se instalează un joc al disimulării între ceea ce spune, ceea ce gândeşte şi ceea ce face.

Limbajul-promisiune (cu varianta lui, *avertismentul*) trebuie să exprime un ideal dezirabil şi realizabil în egală măsură. Această zonă a limbajului politic este într-o perpetuă căutare a surselor de credibilitate în vederea obţinerii adeziunii cetăţenilor.

2. Relaţiile din interiorul careului şi rezultantele lor

a) *Relaţiile de contrarietate*

Prima relaţie de contrarietate este observabilă între limbajul-decizie şi limbajul-promisiune ca urmare a referinţei la dimensiuni temporale distincte. Dacă primul se ancorează în trecut sau prezent, al doilea face referire la viitor. Variaţia ecartului dintre *promisiune* şi *decizie* este direct proporţională cu indicele de *credibilitate* al unui partid.

A doua relaţie de contrarietate se produce între *limbajul-justificare* şi *limbajul-critică*, generată de faptul că primul apare, în genere, ca reacţie la al doilea, critica putând fi explicită sau subînţeleasă, reală sau închipuită. Atunci când critica nu primeşte „satisfacţie" încep să apară crizele de *legitimitate*.

b) *Relaţiile de contradicţie*

Relaţia de contradicţie este o relaţie de tip A – non-A.

Prima relaţie de contradicţie se formează între *limbajul-decizie* şi *limbajul-critică*. Critica este o non-decizie, iar în contextul nostru putem spune că limbajul-critică se construieşte din negarea limbajului-decizie, între cele două trebuind să existe o *distanţiere necesară*.

A doua relaţie de contradicţie este aceea între limbajul-justificare şi limbajul-promisiune. Justificarea este inversul promisiunii, este o non-promisiune.

c) *Relaţiile de complementaritate*

Relaţia de complementaritate se creează între două elemente ce pot coexista.

Prima relaţie de complementaritate desemnează legătura dintre limbajul--decizie şi limbajul-justificare. Limbajul-justificare poate să preceadă sau să succeadă limbajului-decizie. Atunci când lipseşte, putem considera că se preferă tactica limbajului-disimulare. Combinaţia între aceste tipuri de discurs este apanajul privilegiat al *puterii*, deoarece puterea se află pe acest teren al acţiunii.

A doua relaţie de complementaritate ne ajută să înţelegem de ce se îmbină atât de frecvent în strategiile opoziţiei limbajul-promisiune şi limbajul-critică. Atunci când ele se combină, putem vorbi despre critici constructive (se neagă ceva – o decizie – cu scopul de a arăta cum este mai bine – promisiune).

B. *Aplicarea şi complicarea schemei*

Ca orice model teoretic, cel de mai sus are meritul de a pune o anumită *ordine*, de a *structura* gândirea, dar utilizarea lui în situaţii concrete merită a fi făcută prin luarea unor precauţii critice, având în vedere că schematizarea realităţii nu poate fi sinonimă cu realitatea însăşi. Realitatea are întotdeauna *une longueur d'avance* faţă de teorie şi vom vedea că modelul teoretic descris mai sus este complicat de ambiguitatea distincţiei putere/opoziţie ce caracterizează relaţiile politice din România de după 1989.

1. Lupta pentru opoziţie

Dacă, în mod normal, toate partidele recunosc în unanimitate că principalul lor scop este accederea la putere, în timpul acestei campanii electorale am observat o dispută perpetuă pe tema revendicării statutului de unic/adevărat partid de opoziţie. Înainte de a exemplifica modul cum au ales să argumenteze „setea de opoziţie" două dintre cele mai importante trei partide, vom încerca să arătăm că poziţionarea într-una sau cealaltă dintre categorii are implicaţii importante asupra tipului de discurs folosit în campania electorală.

Dacă înţelegem campania electorală ca o etapă în care se încearcă o reconfigurare a raporturilor dintre putere şi opoziţie, putem accepta o relativă ambiguizare a raporturilor descrise de modelul teoretic. În acest caz, atât un actor aflat în opoziţie, cât şi unul aflat la putere au posibilitatea de a uza de cele două categorii de strategii discursive, dar dozarea acestora, limitele acestui melanj trebuie să ţină cont (măcar parţial) de poziţiile actorilor dinaintea perioadei de campanie, pentru a nu crea efectul de incoerenţă şi/sau inconsecvenţă a poziţiilor. Campania

electorală pe care o analizăm a fost puternic marcată de ambiguitatea delimitării putere/opoziţie, fapt ce a făcut posibile nenumărate combinaţii între potenţialele strategii discursive la care un actor politic putea apela. Întrebarea noastră este însă dacă puterea are aceeaşi şansă în această matematică combinatorie? Ipoteza noastră iniţială este că opoziţia este favorizată prin numărul mai mare de posibilităţi tactice pe care le poate actualiza. Vom încerca să o demonstrăm în cele ce urmează prin referiri concrete la campania pentru alegerile generale din 2008. În timpul acesteia, singurele partide care nu şi-au revendicat statutul de partid aflat în opoziţie au fost PNL şi UDMR. Dacă la nivelul discursului atât PSD, cât şi PD-L îşi revendicau statutul de veritabil partid de opoziţie, faptele indicau că ambele partide, deşi în formule diferite, s-au putut preleva de putere un anumit timp pentru a-şi pune în practică proiectele[1]. În aceste condiţii, de-a lungul campaniei, problema participării sau neparticipării la guvernare a traversat majoritatea discursurilor critice ale celor două partide.

PD-L a încercat o asociere a PNL cu PSD, acuzând participarea disimulată la putere a acestuia din urmă prin sprijinul din umbră acordat guvernului. Complexitatea acestei colaborări, marcată de însemnele netransparenţei şi coluziunii, a fost diminuată de PD-L prin crearea unui *shortcut informaţional*, a unui clişeu, făcându-se foarte des apel la sintagma „guvernul Tăriceanu-Geoană" sau la o altă variantă cu vizibile înlesniri ale efortului mnemotehnic: „guvernul TăriGeoană".

PSD a încercat la rândul lui să sublinieze profunda responsabilitate, ca partid ce a fost la guvernare jumătate din mandat, pe care trebuia să şi-o asume PD-L, speculând ideea conform căreia deciziile importante ale unei guvernări se iau încă de la început, nu la final de mandat. Din punct de vedere discursiv, PSD a preferat utilizarea, frecvent în relaţie de coordonare, a sintagmei „(guvernul) Tăriceanu 1 şi Tăriceanu 2". Dincolo de simplitatea ei, utilizarea acestei sintagme avea avantajul sugerării unei rupturi şi, implicit, a instabilităţii guvernării de dreapta.

1. Pentru un punct de vedere diacronic cu privire la motivele care au dus la această delimitare vagă dintre putere şi opoziţie în România, vezi articolul lui Emil Târâlă, „Evoluţiile şi implicaţiile politice ale perioadei 2005-2008", din acest volum; în ceea ce ne priveşte, ne vom limita la a expune felul cum s-a încercat această delimitare în campania electorală.

2. Acţiune *versus* inacţiune şi putere *versus* opoziţie – un raport complex şi ambiguu

Atât puterea, cât şi opoziţia sunt într-o perpetuă căutare a legitimităţii şi credibilităţii, dar modalităţile concrete prin care sunt obţinute aceste efecte diferă ca urmare a locului pe care îl ocupă fiecare în dihotomia acţiune *versus* inacţiune (*vezi* modelul de mai sus). În mod tradiţional, puterii i se asociază ideea de *acţiune*, iar opoziţiei poziţia *inacţiunii*, dar anomalii temporare pot face ca lucrurile să stea şi invers (vom reveni mai jos asupra acestei situaţii particulare).

a) *Puterea... criticii*

Pentru un competitor aflat la putere, discrepanţa dintre *limbajul-promisiune* şi *limbajul-decizie* nu se poate face în defavoarea celui de-al doilea (nici chiar în campania electorală) fără a creşte „presiunea" asupra *limbajului-justificare* pentru menţinerea *credibilităţii*, deoarece un astfel de competitor se află în triunghiul *acţiunii*. Această presiune se va exercita prin limbajul-critică al adversarilor. Un exemplu foarte potrivit din campanie este tema infrastructurii pe care PNL şi PD-L s-au ferit să o exploateze aşa cum a făcut-o de exemplu PSD[1].

Aceasta nu înseamnă că puterii îi este interzis să facă promisiuni, numai că, în condiţiile date, va încerca să-şi întemeieze credibilitatea acestui tip de discurs procedând la o selecţie a deciziilor trecute şi prezente – ce s-au bucurat de aprecierea electoratului propriu – pe care le va erija în dovezi ale unei acţiuni viitoare şi mai puternice (de exemplu, „am creat 600.000 de noi locuri de muncă, o vom face din nou", „am dublat salariile şi pensiile, o vom face din nou"[2]). Pe de altă parte, mai ales ca urmare a criticilor venite din partea opoziţiei, actorul politic aflat la putere va încerca tot timpul să-şi justifice *legitimitatea poziţiei de*

1. „Nu avem autostrăzi în România şi trebuie să le construim. Nu avem cale ferată modernizată şi trebuie să o modernizăm. Nu avem poduri şi centuri de ocolire a marilor oraşe şi trebuie să le facem. Nu avem şcoli, nu avem dispensare, nu avem cămine culturale la ţară şi în oraşele mai mici. Un vast program de dezvoltare şi modernizare a României este prima soluţie pe care o avem. Patru ani de zile unde s-au dus sute de milioane de euro care trebuiau să meargă în autostrăzi şi drumuri?" (Mircea Geoană, 13 noiembrie 2008, Arad)
2. Vezi clipul electoral al PNL, http://www.youtube.com/watch?v=JoIXjN_g9s (accesat la 14 ianuarie 2009).

putere. Există două căi principale pentru realizarea acestui scop: prin invocarea legitimităţii date de vot şi/sau prin invocarea unei legitimităţi procedurale. Decizia luată este corectă/legitimă pentru că este luată de reprezentanţii aleşi ai poporului şi/sau a respectat procedurile legale în vigoare.

Simptomele unei schimbări mai puţin aşteptate din partea PNL au fost marcate de intensificarea *limbajului-critică*, ca urmare a unei „confiscări" (mai mult sau mai puţin neaşteptate) a limbajului-decizie de către opoziţie. Este vorba despre exemplul temei măririi salariilor profesorilor cu 50%. Această decizie luată de parlament, în loc să constituie o tactică pusă la cale de putere în vederea contabilizării efectelor pozitive ale unei măsuri populare în prag de campanie electorală, a constituit prilejul activării unui discurs critic foarte vehement din partea PNL. Această situaţie neobişnuită, ce presupune o depărtare de modelul teoretic propus iniţial, reprezintă în opinia noastră un moment foarte important pentru campania electorală a PNL, deoarece a marcat o schimbare esenţială de poziţionare a acestui partid.

b) *Opoziţia... schimbării*

Un competitor din *opoziţie*, ca urmare a poziţiei lui în triunghiul inacţiunii, este nevoit să-şi întemeieze *credibilitatea* promisiunilor printr-o radicalizare a criticilor. Acest fenomen este foarte vizibil mai ales la partidele mici, de extremă, care nu au fost niciodată la putere (de exemplu, PRM). Partidele care au mai fost în trecut la putere nu prea pot fi credibile într-o poziţie radicală, deoarece se supun criticii de tipul „aţi mai fost la putere, de ce nu aţi făcut atunci?"[1]. Rezerva de opţiuni disponibile pentru partidele de opoziţie nu se termină însă aici. Ele au la dispoziţie şi o altă tactică, aceea prin care vor readuce în memoria publicului acţiunile/proiectele/măsurile pozitive/de succes luate pe când se aflau la putere (evitând atribuirea/responsabilitatea deciziilor mai puţin populare) în vederea întăririi încrederii cu privire la succesul acţiunilor din viitor.

1. „Ce ne oferă PSD-ul? Ce alternativă oferă PSD-ul? Şi este bine ca românii să se gândească în 30 noiembrie când merg la vot. Şi în primul rând să meargă la vot, este foarte important. Au alternativa PSD-ului, care înseamnă două lucruri: taxe mai mari şi corupţie generalizată. *Asta înseamnă PSD-ul, asta a adus PSD-ul cât a fost la guvernare, asta ne oferă şi acum dacă vor veni la guvernare.*" (Emil Boc, 27 noiembrie 2008, Piteşti)

PD-L a scos în evidenţă cu obstinaţie marile măsuri ale primei perioade din guvernarea ADA: introducerea cotei unice şi reducerea fiscalităţii, criticând vehement eşecurile celei de-a doua perioade (lipsa reformei în justiţie, nerealizarea descentralizării etc.). Opoziţia nu scapă nici de problema de *legitimitate* explicabilă prin faptul că, dacă a ajuns în această poziţie, înseamnă că electoratul a decis cu ceva timp în urmă că nu merită să exercite puterea, iar un actor politic care a greşit în trecut ar putea să o repete şi în viitor (model determinist: aceeaşi cauză produce întotdeauna acelaşi efect). Aici, situaţia unui competitor politic din opoziţie care nu a fost niciodată la putere este din nou diferită de situaţia unui actor politic care a mai participat la putere. Cel care nu a mai fost la putere va spune că nu a greşit niciodată (mai exact, nu a avut posibilitatea) şi va cere să i se acorde o şansă (vezi exemplul candidaţilor la primul mandat de parlamentar). Unui competitor care a mai fost la putere i se deschid, în această situaţie, mai multe tactici posibile.

La adăpostul *triunghiului inacţiunii* şi ajutată de efectul amneziei ce se produce prin introducerea în ecuaţie a dimensiunii temporale (greşelile unei guvernări de dinaintea guvernării actuale sunt, în mod inexorabil, mai estompate în memoria alegătorilor decât cele ale guvernării care tocmai se încheie), opoziţia îşi va întemeia legitimitatea poziţiei sale critice încercând să activeze următoarele tactici. Pe de o parte, va afirma faptul că în perioada petrecută în opoziţie şi-a ispăşit greşeala (acest demers este înlesnit şi de modelul moralei creştine), înţelegând pe deplin unde a greşit (chiar dacă, de obicei, se vor aduce în discuţie argumente minore, se va invoca o aşa-zisă „lipsă de comunicare" sau pur şi simplu nu se va preciza exact care a fost greşeala). De obicei, acest tip de abordare este invariabil precedat de un element incontestabil pozitiv al perioadei pentru care se face *mea culpa* şi, eventual, de o proiecţie optimistă pentru viitor[1]. Există chiar şi varianta contestării corectitudinii alegerilor sau a deciziei ori a evenimentului care i-a dus în opoziţie, mai ales atunci când s-a pierdut la un

1. „Singura cale este un partid care a demonstrat că are stabilitatea, competenţa şi specialiştii să poată să ţină România într-un moment greu pe calea cea bună. *Aş spune, fără să ne fudulim, fără să ne împăunăm, fără să nu ne aducem aminte că şi noi am greşit. Uneori am greşit şi noi.* Dar pot să vă spun cu încredere că singurul partid care este capabil să scoată ţara la liman în faţa crizei care se apropie este PSD. Suntem singurii care avem capacitatea să salvăm ţara de la dezastru." (Mircea Geoană, 13 noiembrie 2008, Arad)

număr mic de voturi sau când s-a pierdut ca urmare a negocierilor post-alegeri. În acest sens, PSD a readus continuu în atenţia publicului modul cum a fost impusă ADA ca urmare a forţării numirii premierului de către Traian Băsescu, în pofida unei alte majorităţii, PSD + PC + UDMR, care dispunea de câteva fotolii în plus în Parlament.

O altă tactică pe care o are la dispoziţie un competitor din opoziţie pentru a-şi justifica legitimitatea de a cere un nou mandat în alegeri (de a trece în tabăra celor care pot lua decizii) constă în prezentarea proiectelor/iniţiativelor pe care le-au susţinut în perioada în care au fost la guvernare. Dacă acestea s-au concretizat în măsuri populare pentru electoratul lor, atunci efectul de credibilizare este maxim (nu doar au promis/spus, ci au şi făcut). Un exemplu în acest sens îl constituie tactica PSD de a readuce în discuţie marile programe şi proiecte din guvernarea Năstase : *cornul şi laptele*, *laboratoarele de informatică pentru şcoli*, *sălile de sport* etc.

O situaţie cu totul neobişnuită (care a stârnit multe controverse) a fost tactica PSD de a „şantaja" PNL pentru a adopta o serie de măsuri favorabile electoratului propriu. Ne gândim aici în primul rând la *majorarea pensiilor*[1]. Situaţia era de două ori neconcordantă, deoarece punea Partidul Liberal, aflat la putere, într-o poziţie relativ delicată faţă de bazinul său electoral tradiţional, iar un partid din opoziţie într-o poziţie propice activării *limbajului-decizie*. Această poziţie a fost o mişcare strategică bine gândită a PSD din cel puţin două motive : deschiderea oportunităţii utilizării limbajului-decizie avea un foarte important efect de credibilizare a promisiunilor viitoare faţă de un electorat specific. PSD a speculat foarte bine momentul, susţinând o argumentaţie de genul „dacă am făcut-o din opoziţie (pentru că ne pasă foarte mult de voi), *a fortiori* o vom face în momentul în care ne veţi da şi puterea" ; pe de altă parte, deşi s-a încercat contabilizarea acestei măsuri atât de PSD, cât şi de PNL (contribuţia lor fiind cel puţin egală), studiile au arătat, aşa cum era previzibil, că electoratul, atât cel afectat direct de această măsură (pensionarii), cât şi per ansamblu, pradă unui efect inerţial, atribuia într-o mai mare măsură PSD meritele acestei măsuri, electoratul tipic de dreapta simţindu-se într-o oarecare măsură „lezat" de acest tip de „rătăcire" din partea partidului lor preferat. Evident, această mişcare a PSD a intensificat, aşa

1. Pe 18 septembrie 2008, în urma unei discuţii în cerc restrâns, Tăriceanu şi Geoană anunţă devansarea măririi pensiilor cu o lună, cu condiţia ca PSD să nu mai iniţieze moţiunea de cenzură până la finalul mandatului.

cum era previzibil, limbajul-critică din partea PD-L, care a acuzat cele două partide de coluziune[1]. În cazul în care proiectele (mai mult sau mai puţin concrete) ale opoziţiei au rămas doar la stadiul de proiect, atunci se deschide calea victimizării.

O altă oportunitate extrem de importantă deschisă doar opoziţiei, în încercarea ei de a-şi întări legitimitatea, este utilizarea motivului schimbării. Acest motiv, transformat într-o stare de spirit, poate crea surprize majore într-o campanie electorală[2]. Dar utilizarea lui în contextul campaniei electorale din România anului 2008 era puternic îngreunată din trei raţionamente:

1. supralicitarea motivului în campania electorală din 1996, urmată de o înşelare a aşteptărilor destul de puternică, ce a produs o demonetizare a lui;

2. caracterul ambiguu al separaţiei între putere şi opoziţie şi slaba rotaţie a cadrelor de pe prima scenă a politicii;

3. puternicul sentiment de neîncredere al populaţiei în clasa politică, de la care nu se aşteaptă surprize (pozitive) majore.

Având în vedere însă avantajele importante ale reactivării acestuia pentru partidele revendicate din opoziţie, acestea au încercat totuşi impunerea lui în discursurile publice, chiar dacă utilizarea cuvântului *schimbare* se pare că a fost prohibită. Criza financiară a fost pretextul perfect pentru dezvoltarea unui astfel de motiv, competitorii politici încercând să-şi construiască atât legitimitatea, cât şi credibilitatea unui astfel de discurs în jurul acestuia. PD-L şi-a axat discursul pro-schimbare pe ideea de bună guvernare, folosindu-şi ca atuuri esenţiale calitatea şi expertiza resursei umane[3]. În contrapondere, PSD a reactivat ideea de

1. „Lucrurile astea au fost posibile pentru că, după 6 aprilie 2007, Guvernul TăriGeoană, despre acesta este vorba. Noi nu discutăm despre Guvernul Tăriceanu. La putere e *Guvernul TăriGeoană*. Noi am spus de atunci că nu discutăm decât de un *Guvern PSD dat în franciza lui Tăriceanu*. Mai ales că domnul Geoană, candidat aici la dumneavoastră... *El spunea cu mândrie că a obţinut multe lucruri şantajându-l în prag de seară pe domnul Tăriceanu*. Parcă-i şi vezi în Palatul Victoria pe cei doi şantajându-se în prag de seară şi miniştrii gură-cască să vadă rezultatele şantajului, să vadă ce să facă. Că aşa s-a condus România, din păcate, în ultimul an şi jumătate." (Vasile Blaga, 30 octombrie 2008, Craiova)
2. Vezi, de exemplu, CDR din 1996.
3. „De aceea spuneam: România are nevoie de o bună guvernare. Iar o bună guvernare poate fi asigurată de un partid credibil, cum este PD-L, care a demonstrat că, atunci când a avut miniştri în guvern în anii 2005-2006, au fost miniştrii care au dus greul intrării României în UE la 1 ianuarie 2007. Iată de ce avem credibilitate. Suntem

modernizare, sprijinindu-se pe motivele competenţei şi stabilităţii, condiţii esenţiale pentru realizarea proiectelor ambiţioase[1].

c) *Poziţionările strategice din punctul de vedere al limbajului*

Aşa cum am arătat mai sus, fiecare partid uzează de registre diferite de comunicare în urma constrângerilor impuse de poziţia faţă de putere, a raportului putere-opoziţie, a mişcărilor adversarilor. Teoretic, oricare dintre cele cinci tipuri de limbaj, descrise într-o secţiune anterioară, este potenţial actualizabil. Nevoia de individualizare a competitorilor pe scena politică operează însă o serie de selecţii voluntare sau involuntare ce se traduc prin poziţionări discursive diferite.

PNL. În calitatea sa de partid la putere, cu patru ani succesivi de creştere economică în urmă, PNL s-a poziţionat, aşa cum era de aşteptat, în sfera *limbajului-decizie* orientat când spre trecut[2], când spre viitor[3], dar evenimentul

---

singurul partid politic din România care are programul bazat pe un buget al ţării, pe o prognoză a indicatorilor economici ai dezvoltării României în următorii patru ani de zile." (Theodor Stolojan, 30 octombrie 2008, Craiova)

1. „România este astăzi la *un moment de cumpănă* pentru că, dacă nu vine o *guvernare competentă şi stabilă*, riscul ca această criză externă, combinată cu criza internă, să producă efecte devastatoare la adresa României este foarte posibil [...]. De modul în care va fi condusă România în următorii patru ani de zile va depinde viitorul ţării noastre nu doar pentru patru ani de zile, dar poate pentru 10 sau 20 de ani. De modul în care vor vota românii va depinde modul în care bătrâneţea părinţilor şi bunicilor noştri va arăta în anii următori. De modul în care tineretul şi copiii noştri se vor bucura de viaţă aici, acasă, şi nu undeva prin străinătate. Şi mai ales în următorii patru ani de zile se va decide dacă România devine cu adevărat o *ţară europeană* sau rămâne o ţară la periferia Europei." (Mircea Geoană, 31 octombrie 2008, Dăbuleni)
2. „Şi toate aceste lucruri care *s-au făcut*, *s-au făcut* în folosul comunităţilor şi în folosul oamenilor. Colegii mei au vorbit despre creşterea economică pe care a cunoscut-o România în aceşti ani. Da. Toate aceste lucruri care *s-au realizat*, toate aceste investiţii care *s-au făcut* sunt rezultatul performanţei economice a României." (Călin Popescu Tăriceanu, 13 noiembrie 2008, Mureş)
3. „Şi din această perspectivă cred că este obligaţia noastră *să acţionăm* cât mai rapid pentru a asigura locurile de muncă pentru români, pentru *a continua* o creştere economică care să depăşească [...]." (Călin Popescu Tăriceanu, 17 noiembrie 2008, Bucureşti)

votării creşterii cu 50% a salariilor profesorilor a determinat o reacţie „de compensare" din partea acestuia, ce s-a manifestat prin intensificarea discursului critic cu scopul discreditării promisiunilor populiste ale contracandidaţilor[1]. PNL a arătat, în acest fel, că a ştiut să reacţioneze atât prin raportare la schimbarea contextului, cât şi ca urmare a schimbării de tactică a PD-L. Având în vedere rezultatele unui sondaj INSOMAR din acea perioadă, care arată că mai bine de jumătate din populaţia României nu era de acord cu această măsură şi considerând şi poziţionarea ulterioară a PD-L pe această chestiune (pe care o vom analiza mai târziu), considerăm opţiunea strategică a PNL ca fiind una corectă.

PSD şi-a pus campania sub semnul promisiunii. Toate partidele au făcut promisiuni, dar cel care a fost perceput a fi exagerat de-a dreptul a fost PSD. De la mărirea pensiilor, creşterea salariilor şi până la construirea de mii de kilometri de autostradă, totul era posibil şi realizabil pentru acest partid. Cele 10 priorităţi ale PSD + PC au fost catalogate de către PNL „cele 10 fantezii ale lui Geoană"[2]. Pentru justificarea unui demers atât de generos, PSD a exploatat motivul discrepanţei dintre creşterea economică şi scăderea puterii de cumpărare, criticând guvernul PNL de o distribuire inechitabilă a bogăţiei.

PD-L. Polarizarea stânga-dreapta a PSD, respectiv PNL a determinat PD-L să adopte un discurs critic la adresa ambelor partide, acuzându-le de lipsă de profesionalism, colaborare netransparentă şi bazată pe interese de grup. Momentul de cumpănă care a făcut să se încline balanţa înspre zona *limbajului-promisiune* a fost votarea măririi salariilor cu 50% pentru profesori. PD-L, după ce a avut o poziţie critică cu privire la decizia PNL (cu PSD din umbră) de a majora pensiile pe motiv că nu sunt bani, s-a gândit de două ori înainte de a intra în această horă a pornirilor populiste, considerând că riscul unei pierderi era mult prea mare. Dacă a existat vreun calcul prin care se considera că polarizarea scenei politice între PSD şi PNL va plasa PD-L într-o poziţie dezavantajoasă (explicitată astfel:

1. „Majorarea salariilor cu 50% [...] este o *promisiune* pur electorală şi care nu are drept scop decât câştigarea unor voturi. Nu vreau ca acest lucru să se întâmple înainte de alegeri, când politicienii devin de multe ori *iresponsabili* şi *promit şi luna de pe cer*." (Călin Popescu Tăriceanu, 6 noiembrie 2008, Isaccea)
2. *Ziua*, 28 septembrie 2008, http://www.ziua.ro/news.php?data=2008-09-27&id=13533 (accesat la 14 ianuarie 2009).

dacă va ataca PSD, va pierde votanţii de stânga ; dacă va ataca PNL, va pierde votanţii de dreapta), el nu putea fi decât extrem de eronat, având în vedere procentul covârşitor al românilor care nu se declară nici de stânga, nici de dreapta.

Concluzie. Având în vedere că primul set de opţiuni discursive din zona puterii este întotdeauna mai constrângător decât al doilea, considerând faptul că toate partidele aflate în campanie electorală caută, fără excepţie, adeziunea electoratului şi coroborând acestea două cu procentul ridicat al populaţiei nemulţumite de activitatea guvernului, putem înţelege lupta competitorilor politici pentru construcţia legitimităţii şi credibilităţii pe terenul unui discurs politic marcat puternic de promisiuni electorale. Dacă facem un inventar al numărului de tactici discursive potenţiale ce se deschid competitorilor din opoziţie, vom constata că acesta este mult mai mare decât în cazul actorilor aflaţi la putere, fapt ce le creşte şansele construirii unei strategii complexe în vederea atingerii obiectivului strategic. Acest fapt se poate explica simplu prin următorul raţionament : dacă un partid aflat la putere nu poate obţine un avantaj tactic considerabil din faptul că a mai fost la putere (şi cu atât mai puţin în opoziţie), un partid aflat în opoziţie poate specula cu mai multe şanse de succes atât o experienţă anterioară ca partid la putere, cât şi experienţa prezentă ca partid de opoziţie.

În pofida observaţiilor de mai sus, nu sunt excluse anumite surprize şi inovări în privinţa strategiilor şi tacticilor de guvernare. În fond, orice construcţie a unui edificiu democratic presupune soluţii şi adecvări la contextul istoric şi particularităţile spaţiului politic în care acesta prinde contur şi se dezvoltă. Un exemplu în acest sens a fost PNL, care, deşi a debutat în precampanie printr-o poziţionare stângistă, a ştiut să răspundă la semnalele pe care le primea din partea bazei electorale proprii, adaptându-se în acelaşi timp şi contextului crizei economice şi a adoptat o poziţie cel puţin neobişnuită pentru un partid aflat la putere, caracterizată printr-un discurs critic destul de virulent. Însă elementul cel mai important care a multiplicat posibilităţile combinatorii dintre diferitele categorii discursive în această campanie electorală a fost delimitarea ambiguă dintre putere şi opoziţie în politica din România.

Construirea strategiilor principalelor trei partide

O posibilă abordare a acestui subiect s-ar putea face din perspectiva eficacităţii strategiilor confecţionate în campaniile electorale, dar am ales să evităm acest punct de vedere din două motive : 1) încă de la început, ne-am impus perspectiva unui observator exterior ce nu are acces la informaţiile cu privire la obiectivele reale ce au ghidat strategiile de campanie (considerarea obiectivului câştigării alegerilor ca singur obiectiv strategic ar fi o eroare gravă) pentru a putea măsura ecartul dintre intenţie şi rezultat ; 2) în condiţiile rezultatelor acestor alegeri, este mai dificil de spus cine le-a câştigat.

În schimbul acestei viziuni, vom prefera o abordare analitico-descriptivă a evenimentelor, iar din această perspectivă emitem ipoteza că majoritatea partidelor comit greşeala de a confunda latura strategică a campaniei cu diferitele poziţii tactice pe care actorul politic trebuie să le adopte fie pentru punerea în practică a propriei strategii, fie pentru a răspunde strategiei adversarului şi evoluţiilor intervenite din mediul exterior. În continuare vom încerca să ignorăm, în măsura posibilului, aspectele tactice ale unei campanii şi să ne concentrăm asupra celor de natură strategică.

A. *Perioada de precampanie*

Din punct de vedere strategic, această perioadă este mai importantă decât perioada de campanie propriu-zisă, deoarece în acest moment se produce efectul de canalizare a atenţiei publicului spre anumite teme pe care vor fi condiţionaţi să le considere importante. Dacă limita superioară a acestei etape este dată de o prevedere legală, şi anume data de începere a alegerilor, limita inferioară este mai greu de localizat. În sensul celor spuse în secţiunea „Reclama «produs» *versus* imagine de marcă", am putea merge până acolo încât să o putem considera prima zi de după anunţarea rezultatului alegerilor, dar în ceea ce ne priveşte, ne vom limita la a o considera că se produce cu cel mult o lună înainte de campania propriu-zisă.

1. Protagoniştii

Ca urmare a modificărilor constituţionale din 2003[1], pentru prima dată de la Revoluţie, alegerile parlamentare din 2008 nu au mai coincis cu alegerile prezidenţiale. În lipsa acestei conjugări, trenului partidelor politice îi lipsea „locomotiva". Înainte de a vedea cum au răspuns partidele la această provocare, vom încerca să înţelegem dacă şi de ce este nevoie de un astfel de rol şi care sunt principalele lui responsabilităţi în campania electorală. Având în vedere că partidele puteau să răspundă pozitiv sau negativ la „cursa pentru înarmarea cu un premier", este legitim să ne întrebăm ce argumente au stat în spatele acestei decizii. De ce au ales unele partide să înfrângă limitele statutare, expunându-se chiar unor riscuri, pentru a prezenta un candidat pentru funcţia de posibil viitor premier?

Walter Lippmann, primul teoretician care a studiat rolul stereotipurilor în formarea opiniei publice, încearcă să atenueze sentimentul de culpabilitate cu privire la utilizarea acestora, arătând că nici un individ nu este dotat cu instrumente suficient de sofisticate pentru a percepe şi înţelege întreaga complexitate a realităţii. De aceea, el ajunge să opereze o serie de simplificări care-i permit să evite tratamentul aprofundat al informaţiilor provenite din mediul înconjurător, astfel încât să le poată da un sens. Stereotipurile sunt aşadar imagini fixe „din capul nostru", un soi de forme sau clişee ce ne impun un filtru în maniera noastră de a percepe realitatea. În viziunea lui Lippmann, noi „definim mai întâi şi vedem abia după... (pentru că) ni s-a vorbit despre lumea în care trăim înainte de a fi lăsaţi să o vedem. Preconcepţiile comandă aşadar procesul de percepţie" (Veyrat-Masson, 2000, p. 69). Această explicaţie pleacă de la premisa că datele din mediul înconjurător sunt prea numeroase şi că sistemul nostru cognitiv a găsit de fapt, prin utilizarea stereotipurilor, un mijloc de procesare economică a realităţii. Fără această posibilitate, lumea înconjurătoare ar fi incomprehensibilă pentru subiecţi (Sales-Wuillemin, 2006, p. 7).

Din această perspectivă înţelegem mai bine importanţa locomotivelor, ce îndeplinesc trei roluri într-o campanie electorală:

1. *concretizează principalele valori, principii şi idealuri ale partidului* – alegătorii trebuie să se poată identifica cu ei;

1. Modificarea articolului 83 din Constituţie, care transformă mandatul preşedintelui de la patru la cinci ani.

2. *realizează un transfer de învestitură simbolică* dinspre popularitatea/simpatia de care se bucură înspre partid în ansamblu;
3. *rol esențial – purtător principal de mesaj*: în lipsa unei voci cu autoritate care să emită puncte de vedere coerente, campania partidelor ar putea fi cuprinsă de haos și cacofonie.

a) *Cursa pentru înarmare... cu un premier*

Având în vedere argumentele expuse mai sus, înțelegem mai bine dorința partidelor politice de a găsi o „locomotivă" de campanie. În situația indisponibilității constituționale a titularului tradițional (candidatul la funcția de președinte) al acestui rol, s-a apelat la dublura personajului, inventându-se titulatura de candidat pentru funcția de prim-ministru după principiul: „A murit regele, trăiască regele!". Atitudinea partidelor politice în fața provocării amintite mai sus a fost diferită, existând chiar partide dezavantajate de această situație nou-creată. Dacă principalele alianțe și partide (PSD + PC, PD-L, PNL) aveau pretenția de a revendica viitorul prim-ministru pe baza sondajelor de opinie care întăreau probabilitatea ca formarea guvernului să aibă la bază o formulă de tipul combinări de trei luate câte două, partidele mici (UDMR, PRM, PNG) nu puteau fi credibile într-un demers similar, fapt care, în opinia noastră, le-a dezavantajat în aceste alegeri.

Ținând cont de noutatea situației, dublată de lacunele din statutele partidelor cu privire la acest aspect, legitimitatea și credibilitatea acestor purtători principali de mesaj a fost în mod perpetuu chestionată în timpul campaniei în scopul evident al obținerii unui avantaj electoral. Din prisma aceasta trebuie analizate mișcările tactice ale diferitelor partide și ale liderilor lor.

b) *Candidatura la funcția de candidat – avatarurile credibilității*

Atât momentul anunțării intenției liderilor importanți de a candida la funcția de prim-ministru, cât și momentul desemnării lor propriu-zise au constituit momente de vizibilitate mediatică pe care partidele și candidații le-au gestionat într-un mod mai mult sau mai puțin adecvat. Dacă nu putem considera că impunerea lui Mircea Geoană și a lui Călin Popescu Tăriceanu în calitate de candidați la funcția de premier a fost o orientare strategică, nu același lucru se poate spune despre alegerea lui Theodor Stolojan pentru această poziție. Surpriza a fost amplificată și de faptul că anunțul intenției sale de a candida a fost făcut la malul mării, imediat după o repriză de înot.

La data la care scriem acest articol, încă mai subzistă ambiguitatea cu privire la intenţionalitatea gestului lui Stolojan. Din perspectiva unui gest premeditat, a fost interpretat ca o dorinţă de a răspunde anticipat la eventualele critici cu privire la starea lui şubredă de sănătate[1], care nu l-ar fi recomandat pentru cea mai importantă funcţie din Executiv. Dacă aceasta a fost intenţionalitatea, putem spune că cei care au regizat acest moment i-au subestimat nepermis de mult riscurile, ignorând potenţialul uriaş de deturnare a sensului dorit al mesajului din partea adversarilor, prin contextualizarea lui. Deşi considerăm că acest moment a servit la fileu o minge facilă pentru adversari, este important de relativizat efectul mass-mediei asupra opiniei cetăţenilor, având în vedere că, de la început şi până la sfârşitul campaniei, acesta a condus în topul celor trei candidaţi la funcţia de premier, în privinţa încrederii acordate acestora.

c) *Procedurile de învestitură – între simbolistică şi dorinţă de legitimare*

Pentru a răspunde la critica de nelegitimitate, dar şi pentru a mai crea un eveniment mediatic cu largă vizibilitate, partidele au organizat o procedură mai mult sau mai puţin ad-hoc[2] de desemnare a candidaţilor în cursa pentru primul-ministru. Nici una dintre aceste proceduri nu a avut la bază un sistem cu adevărat democratic de desemnare, ele trebuind să fie înţelese doar prin prisma dorinţei de legitimare a acestor candidaturi impuse atât în interiorul partidelor, cât şi în ochii electoratului.

2. Obiective strategice – slogan

Cei care sunt nevoiţi să reflecteze asupra strategiilor de campanie, fie din perspectiva actorului implicat, fie din perspectiva analistului, ajung să îşi pună întrebări cu privire la (in)utilitatea unui astfel de element, iar concluziile sunt diferite, atât ca urmare a premiselor ce stau la baza reflecţiei, cât şi datorită poziţiei celor care îşi manifestă interesul pentru chestiune.

Comunicatorii/publicitarii, pe care-i putem suspecta şi de o pledoarie *pro domo*, fac apologia „formulelor câştigătoare", sugerând că există „reţete" de acest fel cu care se pot câştiga sau pierde alegerile. De cealaltă parte, cei care se

1. Invocată în celebrul moment al retragerii din cursa prezidenţială în 2004.
2. Aluzie la catalogarea făcută de Ion Iliescu în disputa cu privire la statutul adunării în care s-a făcut anunţul candidaturii lui Mircea Geoană la funcţia de premier.

găsesc în câmpul consultanţei politice au tendinţa să critice acest efect închipuit, considerând că formulele câştigătoare nu sunt de fapt decât rodul logicii magice a „previziunii retrospective".

În opinia noastră, un slogan are un potenţial de influenţă – fără a merge până într-acolo încât să-l considerăm determinant – doar dacă reuşeşte să concentreze în esenţa lui obiectivul strategic. Pentru corecta lui identificare şi formulare, e nevoie aşadar de o strânsă colaborare între echipa de analişti şi consilieri politici şi electorali şi echipa de comunicare. În cele ce urmează, vom comenta sloganurile de campanie ale principalelor trei partide, încercând să degajăm atât evoluţiile, cât şi tipul de obiectiv strategic pe care formularea l-ar esenţializa.

PSD. Prima variantă a sloganului, „Mai bine pentru mai mulţi", a fost judecată drept insuficient de „generoasă", aşa încât s-a optat pentru varianta finală „Mai bine pentru *cei* mulţi". Acest slogan doreşte să sugereze în subliminal motivul schimbării, indicând în acelaşi timp *targetul general* către care se orientează cu prioritate atenţia acestui partid de stânga. În a doua fază, s-a simţit nevoia unei segmentări a *publicului-ţintă*, apărând un slogan cu o tentă mai puţin socială, format din două părţi, una variabilă, care se schimbă tot în funcţie de *target*, şi una fixă, care accentua latura individualistă şi egoistă a electorului: „Meriţi o pensie (un salariu, un serviciu de sănătate etc.) mai bună! Tu înainte de toate!". Acest slogan rezona şi cu îndemnul ce inversa cauzalitatea gestului votului, creând iluzia unui câştig real în urma exercitării acestui drept constituţional: „Votezi PSD, votezi pentru tine!". Putem concluziona deci că sloganurile PSD au avut la bază o logică de marketing de segmentare a publicului-ţintă şi mai puţin o logică strategică.

PNL a preferat o formulare a sloganului care nu indică preocuparea unei segmentări a publicului pe diferite categorii. „Promovăm o Românie mândră şi prosperă" era un slogan perfect pentru un partid de dreapta la putere (latura voluntară + mândria naţională + bunăstarea individuală), care prognoza o campanie electorală îndreptată în zona electoratului încrezător în viitor. Cu spectrul crizei în faţă, entuziasmul s-a mai temperat. Dacă într-o primă fază urgenţa era câştigarea unor noi „părţi de piaţă" – ce s-a concretizat prin „cedarea" în faţa „şantajului" PSD pe tema măririi pensiilor –, în momentul imediat următor, s-a produs o „redresare", marcată prin două propoziţii enunţate din poziţia lui Tăriceanu (premier în funcţie şi candidat din partea PNL pentru aceeaşi demnitate):

„Nu voi permite sacrificarea economiei româneşti. Creşterea iresponsabilă a salariilor va îngenunchea economia". Ambele propoziţii sunt formate exclusiv din cuvinte-cheie şi încearcă să construiască o imagine mitică a eroului salvator.

PD-L a lansat programul de guvernare sub sloganul „Gândim altfel", încercând atât un efort de diferenţiere faţă de celelalte forţe politice, cât şi introducerea subliminală a motivului schimbării. Speculând fondul de neîncredere aproape inepuizabil al populaţiei în clasa politică, mass-media a preluat cu interes sarcina „precizării" acestei direcţii în sensul deturnării totale a intenţionalităţii emiţătorului. După acest experiment eşuat, PD-L a evoluat în sensul unei şi mai evidente poziţionări apolitice (chiar antipolitice): „Ei cu ei, noi cu voi", dar tot nu a rezolvat problema ambiguităţii, eroare speculată de PSD, care a deturnat cromatic sensul mesajului. După aceste două experimente ratate, echipa de campanie a produs o ultimă variantă, care părea să contureze mai bine elementul de specificitate pe care dorea să-l „vândă" electoratului: „România pe mâini bune", „PD-L ţine cu tine". Înţelegem că era vorba despre competenţa şi integritatea oamenilor pe care-i promovează şi poziţionarea lor antisistem, preluată din repertoriul lui Traian Băsescu. Deşi nu a făcut obiectul unei adevărate ofensive mediatice, sloganul „Un standard de viaţă european pentru cetăţeni" preceda programul de guvernare făcând apel la resursele simbolice ale idealului european.

Concluzie. Din analiza sloganurilor de campanie a celor trei partide am putea extrage mai multe concluzii semnificative:

1. după modelul marketingului comercial, majoritatea partidelor au gândit sloganurile de campanie mai degrabă în funcţie de publicul-ţintă, nu prin raportare la obiectivul strategic;
2. unele partide nu s-au limitat la un singur slogan, ci au produs mai multe, respectând astfel principiul marketingului comercial al „segmentării pieţei";
3. nici un partid nu a anticipat criza economică, astfel încât să propună un slogan adecvat încă de la începutul campaniei;
4. toate partidele şi-au schimbat/adaptat sloganurile în funcţie de semnalele primite din „piaţă";
5. singurul partid care a formulat un ideal de factură europeană într-un slogan a fost PD-L;
6. PNL şi PSD au încercat o forţare a poziţionării stânga *versus* dreapta, în timp ce PD-L a preferat o poziţionare antisistem.

B. *Stabilirea agendelor*

1. Temele de acasă...

Construcţia agendei electorale a partidelor/candidaţilor trebuie să se facă respectând anumite principii şi având grija permanentă a unei operaţionalizări a grilei de analiză SWOT pe care fiecare competitor trebuie să o realizeze înainte chiar de perioada de precampanie. În momentul de faţă, toate partidele fac sondaje preelectorale, printre altele şi pentru determinarea agendei populaţiei. Nu acelaşi lucru s-ar putea spune despre candidaţii din colegiu, având în vedere că majoritatea acestora s-au confruntat pentru prima dată cu rigorile votului uninominal. Studiile preelectorale efectuate atât la scară naţională, cât şi la scara unui colegiu uninominal au pus în evidenţă, dacă mai era necesar, relaţia direct proporţională dintre dimensiunea *importanţei* şi cea a *proximităţii*. Cu cât o problemă îl afectează mai îndeaproape pe cel chestionat, cu atât are tendinţa de a o considera cea mai importantă. Astfel, conform unui studiu efectuat de INSOMAR anterior începerii campaniei electorale, agenda populaţiei la nivel naţional era formată din următoarele puncte în ordinea importanţei: *salarii*, *preţuri*, *sănătate*, *corupţie*, *educaţie*, *drumuri şi autostrăzi*, *securitatea cetăţenilor*, *politica externă*.

Pentru campania în colegii, era nevoie de o cercetare separată, deoarece, conform aceluiaşi principiu enunţat anterior, era probabil ca genul şi ierarhia problemelor percepute ca fiind importante în colegiul respectiv să fie influenţate de dimensiunea locală. În topul problemelor locuitorilor unui colegiu se aflau, pe de o parte, elemente generice, regăsite şi la nivel naţional, precum veniturile sau locurile de muncă, dar la acestea se adăugau şi probleme de interes local: curăţenia, lipsa spaţiilor verzi, canalizarea etc. Strategiile de proiectare a campaniilor electorale importate din marketing au tendinţa de a construi „oferta" (politică) ca răspuns conform la „cerere" (electorală). Proiectul politic constă aşadar, de cele mai multe ori, într-o poziţionare a actorului politic cu privire la nevoile, percepţiile şi aşteptările anumitor categorii sociale, diagnosticate în prealabil pe baza unor tehnici de sondare a „pieţei". Partea pozitivă a acestei practici este dată de faptul că proiectul politic este construit după o „ascultare" prealabilă a cetăţenilor, fapt ce constituie o premisă necesară pentru o mai bună adaptare a politicilor publice viitoare la nevoile „cetăţii". Hannah Arendt observă însă latura perversă a fenomenului, denunţând fenomenul de instrumentalizare a aşteptărilor cetăţenilor:

„politica e făcută, pe de o parte, prin fabricarea unei anumite imagini şi, pe de altă parte, prin arta de a face această imagine să fie credibilă".

a) *Principiul selecţiei*

În vederea degajării unor linii de forţă, este important să se aleagă o serie de teme principale, pentru restul avându-se în vedere în principal răspunsuri de tip reacţie, nu de tip iniţiativă. Trebuie menţionat aici că acela care lansează pentru prima dată o temă/idee în discuţie are un avantaj simbolic net asupra contracandidaţilor, deoarece nu numai că aceştia pot fi nepregătiţi, dar respectivul actor are şi cele mai multe şanse să i se atribuie paternitatea acelei iniţiative. Aici intervine rolul actorilor politici care trebuie să „vadă" şi dincolo de sondaje şi să propună ei înşişi teme/abordări noi, ce nu rezultă din sondajele electorale, acestea din urmă conferind un suport important, dar nu decisiv în câştigarea alegerilor.

Principalele *zece teme* de campanie ale PSD au fost:

1. creşterea veniturilor şi a puterii de cumpărare a tuturor românilor;
2. accesul la educaţie şi sănătate de calitate;
3. economie dinamică şi competitivă, mediu de afaceri stabil;
4. agricultură performantă;
5. investiţii în infrastructură şi în modernizarea rurală şi urbană;
6. reforma statului şi reducerea birocraţiei;
7. justiţie egală pentru toţi românii;
8. investiţii în tineri şi în familia tânără;
9. eficienţa energetică şi protecţia mediului;
10. politica externă a României şi relaţia cu românii de pretutindeni. O Românie influentă şi respectată în lume[1].

PNL a propus *şapte priorităţi*:

1. prosperitatea individuală;
2. un mediu de afaceri dinamic;
3. investiţii în educaţie şi sănătate;
4. infrastructura de transport;
5. siguranţa cetăţeanului şi continuarea reformelor din administraţia publică;
6. continuarea reformei sistemului judiciar şi a luptei împotriva corupţiei;
7. protejarea mediului înconjurător şi politica energetică.

1. http://www.psd.ro/PDF/BrosuraAngajamente.pdf.

PD-L a fost singurul dintre cele trei partide care nu a formulat o listă explicită de priorităţi ale programului de guvernare, ci a preferat prezentarea a 29 de capitole în care a abordat majoritatea temelor importante. Din perspectiva poziţionării sale centriste, mişcarea ar putea fi înţeleasă, dar aceasta a dăunat din prisma efortului de memorare al alegătorilor. Alegerea capătă şi mai mult sens dacă ne gândim la poziţionarea lor pe sublinierea diferenţei specifice care nu este neapărat programul (toţi spun acelaşi lucru), ci mai degrabă oamenii aduşi să-l pună în practică.

b) *Principiul adaptării*

Odată degajată agenda populaţiei, partidele au interesul să identifice şi felul cum se poziţionează electoratul propriu şi cel indecis cu privire la posibilele rezolvări. Aceasta poate necesita atât o fază calitativă de cercetare, cât şi una cantitativă, pentru acele cazuri în care opiniile nu converg majoritar într-un anumit sens. Este de asemenea importantă şi o continuă adaptare a limbajului politic pentru a răspunde la criticile aduse de adversari, la mişcările tactice ale celorlalţi competitori aflaţi în cursă şi la schimbările ce ar putea interveni în opinia publică.

c) *Principiul diferenţierii*

Încă din modul cum sunt enunţate acele priorităţi, putem contribui la poziţionarea actorului politic, încercând obţinerea unui efect de individualizare şi adaptare la aşteptările electoratului propriu. De exemplu, aceeaşi temă, preluată din sondajele de opinie, şi anume „veniturile populaţiei", poziţionată identic în lista de priorităţi (pe primul loc) a fost complet diferit formulată de cele două partide. PSD a spus : „Creşterea veniturilor şi a puterii de cumpărare a tuturor românilor", iar PNL „Prosperitate individuală".

Concluzie

Modul de formulare (sau nu) a unui set de priorităţi capătă o încărcătură aparte în timpul unei campanii electorale ca urmare a suspiciunii unei intenţionalităţi „programate" – pe care o atribuim în general staffurilor de campanie –, în scopul provocării unui inefabil efect care să conducă la influenţarea acelei mase critice de alegători ce pot schimba în mod decisiv votul.

2. ...nu se potrivesc cu cele din târg

În toate aceste etape, nu poate fi neglijată contribuţia mass-mediei în crearea sau modificarea agendei publice. Fără a intra în detaliile teoriei *agenda-setting* (McComb şi Shaw, 1972), conform căreia mass-media nu spune publicului *ce* trebuie să gândească, ci *la ce* să se gândească, ne vom mărgini să remarcăm că aceste instituţii de presă nu numai că pot avea o agendă proprie, dar în acelaşi timp – iar acest lucru este determinant – funcţionează conform unor raţionalităţi tehnico-economice specifice.

Concluzii

Analizând campania electorală din toamna anului 2008, am descoperit că schimbarea sistemului de vot nu este un gest neutru, el producând efecte mai mult sau mai puţin importante, mai mult sau mai puţin de durată, în paradigma ce stă la baza construcţiei unei campanii electorale de către actorii politici. Am remarcat de asemenea că, sub influenţa a două fenomene conjuncte – insuficienta cunoaştere a electoratului de către politicieni şi generalizarea mediatizării discursului politic prin mass-media –, s-a produs o abandonare treptată (deşi nu totală) a modelului dialogic şi propagandistic de campanie electorală în favoarea modelului campaniei profesioniste inspirate de modelul marketingului comercial, cu tot ceea ce presupunea aceasta: cercetarea şi segmentarea „pieţei", utilizarea metodei *endorsement*-ului etc. Acest fenomen s-a produs însă sub presiunea unei cereri bruşte, fapt ce s-a manifestat, mai ales la actorii ce activează conjunctural pe acest segment de consultanţă, prin tendinţa unei imitaţii tributare în linii mari modelului marketingului comercial.

Această lipsă de integrare a problematicii specifice politicului se manifestă însă şi la unii lideri politici atunci când decid să apeleze la consultanţi străini în vederea construirii strategiilor de campanie electorală. Dacă ne gândim că viaţa politică din România are particularităţile ei, pe care nu le putem ignora (ambiguitatea raporturilor dintre putere şi opoziţie sau lipsa culturii politice a electoratului), rezultatul nu poate fi decât foarte previzibil: consultanţii străini vin cu modele pregătite „de acasă" şi constată, de cele mai multe ori tardiv, că nu se potrivesc cu piaţa electorală [sic!] de la noi, neavând nici capacitatea adaptării lor la noile realităţi.

Problema incapacităţii echipelor de campanie de a identifica o linie strategică bine precizată este însă mult mai complexă. Un element important în această ecuaţie este gândirea teleologică însoţită de spirit critic, capacitate de anticipare şi abilitatea de a evita stereotipiile. Or, toate aceste aspecte au fost rând pe rând contrazise prin nenumărate exemple de contraperformanţă, poziţionarea stereotipică stânga *versus* dreapta, incapacitatea de anticipare a crizei economice, schimbările repetate de poziţii etc. fiind doar câteva exemple decelate în timpul acestei campanii electorale. Ducând reflecţia mai departe, ajungem la concluzia că actorii politici nu-şi fundamentează neapărat acţiunile electorale pe baza unor adevărate strategii, ci mai degrabă se lasă influenţaţi de combinatorica simplă a diferitelor tactici ce se prezintă lor, într-un câmp de oportunităţi pe care-l exploatează cu mai mult sau mai puţin succes.

Dar au aceste partide aceeaşi şansă de a găsi formula ideală în jocul combinaţiilor posibile? Aceasta era întrebarea la care am încercat să răspundem şi am făcut-o prin proiectarea schemei parcursului generativ al semnificaţiei discursurilor politice, încercând să verificăm ipoteza conform căreia, în acest joc al posibilităţilor discursive, opoziţia are un avantaj prin numărul mai mare de tactici activabile. Aplicarea acestui model discursurilor politice din campanie ne-a ajutat să confirmăm ipoteza. Concluzia obţinută o putem sintetiza astfel: un partid din opoziţie poate folosi mult mai profitabil faptul că în trecut a mai fost la putere, pe când un partid la putere nu poate obţine un avantaj considerabil din experienţa de a mai fi fost la putere şi cu atât mai puţin în opoziţie. Acest fapt ar putea explica dintr-o perspectivă diferită (fără pretenţii de exhaustivitate) şi fenomenul rotaţiei partidelor la putere. Dar ambiguitatea cronică a relaţiei dintre putere şi opoziţie, lipsa de profesionalism şi rigoare a actorilor politici care acţionează mai mult din „instinct" decât din calcul, precum şi faptul că politica nu se reduce la conţinutul ei manifest – discursurile –, ci presupune şi o parte nevăzută şi ermetică pentru cei care nu au acces la culisele raporturilor de putere[1] nu ne permit o generalizare atât de categorică.

Discursul politic, oricât de bine construit ar fi, oricât de argumentat şi de promiţător s-ar dovedi, trebuie să treacă prin filtrul impus de mass-media. Numai că aceste canale funcţionează după principii diferite, iar intenţionalitatea lor nu este aceeaşi cu a politicienilor. Dacă politicienii doresc să convingă, mass-media doreşte să vândă. Iar acest conflict de „interese" pare să fie dominat de cei din

1. Acesta este punctul de vedere pe care ni l-am impus încă de la începutul studiului.

urmă, având şi complicitatea „interesată" a politicienilor care intră în jocul mass-mediei în speranţa că vor câştiga puncte electorale ca urmare a creşterii notorietăţii. Din punctul nostru de vedere, nu atât această „complicitate" este gravă, ci mai degrabă distanţa din ce în ce mai mare care se creează între calităţile pe care trebuie să le aibă un politician pentru a câştiga alegerile şi calităţile care-i sunt necesare pentru exercitarea puterii obţinute în urma alegerilor. Cu alte cuvinte, ne impunem să privim politicienii, chiar şi pe cei aleşi prin vot uninominal, nu atât prin prisma a ceea ce fac pentru a ajunge la putere – teren pe care acceptăm chiar şi imoralul dicton machiavelic –, ci mai degrabă din perspectiva a ceea ce fac aceştia după ce obţin puterea. Supoziţia noastră este că cele două sunt în mod intrinsec legate.

Bibliografie

Arendt, Hannah. 1983. *Condition de l'homme moderne*. Paris: Calman-Lévy.

Bourdieu, Pierre. 1981. *Questions de sociologie*. Paris: Minuit.

Charaudeau, Patrick. 2005. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

Greimas, Algirdas Julien. 1966. *Sémantique structurale*. Paris: Larousse.

Machiavelli, Niccolo. 2006. *Principele*. Bucureşti: Humanitas.

McCombs, M.E. şi D.L. Shaw. 1972. The agenda setting function of mass-media. *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-185.

McLuhan, Herbert Marshall. 1964. *Understanding Media*. Londra: Routledge.

Miège, Bernard. 1996. *La Société conquise par la communication*. Grenoble: PUG.

Raspiengas, Jean-Claude. 1995. Les médias, un pouvoir sans contre-pouvoir. *Télérama*, 15 noiembrie.

Sales-Wuillemin, Edith. 2006. *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*. Paris: Dunod.

Schwartzenberg, Roger-Gérard. 1977. *L'Etat Spectacle*. Paris: Flammarion.

Veyrat-Masson, Isabelle. 2000. Le procès du petit écran. În Jean-Noël Jeanneney. *Une idée fausse est un fait vrai, Les stéréotypes nationaux en Europe*. Paris: Odile Jacob.

BCU IAŞI - FILIALA UNIVERSITARĂ LIBRARY

Partide şi electorat în 2008: deplasări de voturi

Georgiana Ivan, Claudiu Ivan

Introducere

Studiile privind comportamentul electoral pot fi categorisite după trei dimensiuni (Drăgan *et al.*, 1998, p. 293):

- *modelele determinist-statutare*, care pun accentul pe evidenţierea resurselor sociodemografice ale individului ca determinanţi ai tipului de vot. Li se impută în general caracterul înalt descriptiv, de evidenţiere doar a asocierii dintre orientarea politică şi caracteristicile individului. În ciuda acestui fapt, stârnesc în practică cel mai ridicat interes, având capacitatea, datorită evoluţiei tehnicilor de analiză statistică, să ofere şi explicaţii ale configuraţiei preferinţelor electorale (de exemplu, acest model este ilustrat în Kuhnle şi Lauri, 2001);
- *modelele psihosociologice.* Accentul este pus în acest caz asupra mecanismelor care ţin de sfera psihologiei sociale în canalizarea opţiunii de vot. Interesează în acest cadru motivaţiile votului, adeziunea identitară etc.;
- *modelele interactive sau comunicaţionale*, care pun accentul asupra modului în care decizia de vot este luată la nivel individual, fiind originare în sociologia interpretativă. Comportamentul electoral este descris în această perspectivă ca un efect cumulat rezultat din confluenţa dintre discursul electoral, discursul mediatic, evaluările sondajelor de opinie şi resursele cognitiv-simbolice ale actorului-alegător prin mijlocirea procesului de definire socială derulat în cutia neagră a subiectivităţii umane.

BCU CLUJ-NAPOCA UNIVERSITY LIBRARY

În viziunea autorilor acestui studiu, partizanatul teoretic nu este util în abordarea câmpului electoral (vezi şi Kaid, 2004; Merrill III şi Grofman, 1999). Spaţiul electoral poate fi descris cumulând pluriparadigmatic modelele anterioare, însă aici vom trata alegerile din 2008 în baza unei abordări determinist-statutare, având însă permanent în minte faptul că relaţia dintre variabilele sociodemografice şi opţiunea de vot nu este una deterministă, ci mediată de subiectivitatea umană. Poziţionarea într-un anumit spaţiu şi calitatea socială a unui individ (mediu de rezidenţă, vârstă, nivel de educaţie etc.) predispun la o definiţie socială comună a situaţiei electorale şi, mai departe, la o opţiune electorală similară (pentru un model de interpretare a câmpului electoral axat pe definiţia socială a situaţiei, vezi Bulai, 1999).

Electoratul din 2004 comparativ cu cel din 2008

Partidele parlamentare, cu excepţia PD-L şi PRM, au obţinut procente asemănătoare la alegerile din 2004 şi din 2008. Având în vedere această realitate, se pune problema aflării în ce măsură caracteristicile oamenilor care le-au acordat votul au rămas sau nu constante. Aceasta este una dintre întrebările la care încearcă să răspundă acest capitol. În ceea ce priveşte numărul efectiv de voturi pe care partidele politice principale l-au obţinut în cadrul celor două alegeri electorale, acesta se regăseşte în tabelul următor.

Tabelul 1. *Distribuţia voturilor în 2004 şi 2008*[1]

	2004	2008	2008 faţă de 2004
UNIUNEA NAŢIONALĂ PSD + PUR	3.798.607	2.352.968	-1.445.639
ALIANŢA DA (PD-L + PNL)	3.250.663	3.603.387	352.724
PD-L	-	2.312.358	914.573
PNL	-	1.291.029	-561.849
PRM	1.394.698	245.930	-1.148.768
UDMR	637.109	440.449	-196.660
Alte partide	1.713.576	596.137	-1.117.439
Total alegători prezenţi la vot	10.794.653	7.238.871	-3.555.782

1. Tabelul este realizat pe baza datelor oficiale făcute publice de către Biroul Electoral Central, reprezentând rezultatul alegerilor parlamentare pentru Senat. Cifrele pentru Camera Deputaţilor sunt foarte asemănătoare. Procentele pentru PNL şi PD-L (PD în

Se poate observa că singurul partid care are mai mulţi votanţi decât în 2004 este PD-L. UDMR, PNL şi PSD au pierdut aproximativ o treime dintre electori (o schimbare asemănătoare observându-se şi în ceea ce priveşte prezenţa la vot), iar PRM şi-a pierdut majoritatea votanţilor. De asemenea, numărul celor care au votat un alt partid decât cele care au intrat în Parlament în anul 2004 a scăzut foarte mult în valoare relativă. Un factor care a contribuit la această scădere este cu siguranţă schimbarea sistemului de vot. Sistemul de vot mixt proporţional avantajează partidele mici şi facilitează apariţia unora noi, datorită costurilor mai scăzute pe care le presupune o singură campanie la nivel naţional. Partidele mici nu au avut candidaţi în toate colegiile uninominale, de aceea au obţinut rezultate mai slabe comparativ cu 2004. Acestea (exceptând PRM şi PNG-CD) au obţinut împreună 1,06% dintre voturile valabil exprimate.

Tabelul 2. *Structura sociodemografică a electoratului în 2004*[1]

		PRM	UDMR	PSD + PC	ADA	Altul
Studii	Cel mult zece clase[2]	**14,7%**	6,5%	**49,3%**	24,0%	5,5%
	Liceu/şcoală postliceală	13,3%	6,4%	33,1%	**38,9%**	8,3%
	Studii superioare	7,8%	4,8%	24,6%	**52,8%**	10,0%
Vârstă	18-34 de ani	12,8%	5,8%	33,6%	**38,6%**	9,3%
	35-49 de ani	**14,7%**	6,3%	34,4%	**37,4%**	7,1%
	50-64 de ani	13,7%	6,2%	**43,6%**	30,6%	6,0%
	peste 64 de ani	9,7%	6,9%	**56,0%**	22,8%	5,5%

2004), care au candidat pe aceleaşi liste ca şi Alianţa DA, sunt calculate conform algoritmului de împărţire a mandatelor de parlamentari aplicat de către cele două partide în urma rezultatelor alegerilor.

1. Sursa datelor din tabel o reprezintă baza de date rezultată în urma exit-pollului realizat în 2004 de INSOMAR şi Metromedia Transilvania pentru TVR pentru primele trei categorii (sex, vârstă şi studii), iar pentru următoarele două (mediu de rezidenţă şi regiune) au fost utilizate datele oficiale furnizate de către Biroul Electoral Central. De aceea, sunt prezente în tabel două totaluri diferite, primul reprezentând procentele estimate pentru fiecare partid în urma exit-pollului, iar al doilea rezultatele finale comunicate de către BEC. Pentru a sublinia diferenţele semnificative faţă de medie (categoriile care au votat cu partidul respectiv mai degrabă decât altele), au fost folosite cifre îngroşate. Suma procentelor este 100% pe linii, iar în celule se află procentul celor care, în cadrul categoriei sociodemografice, au votat cu un anumit partid.
2. Sau şcoală profesională.

Sex	Masculin	**15,3%**	5,9%	37,4%	33,9%	7,6%
	Feminin	10,5%	6,6%	**41,7%**	34,6%	6,8%
Total		**13,1%**	**6,2%**	**39,3%**	**34,2%**	**7,2%**
Regiune	Transilvania	12,8%	**17,9%**	27,3%	29,5%	12,5%
	Muntenia	**15,7%**	0,2%	**43,2%**	30,2%	10,6%
	Moldova	12,8%	0,2%	**45,2%**	30,4%	11,4%
	Bucureşti	11,3%	1,4%	31,9%	**45,3%**	10,0%
Mediu de rezidenţă	Urban	13,6%	5,9%	30,6%	38,6%	11,4%
	Rural	13,7%	6,7%	46,3%	22,3%	11,0%
Total		**13,6%**	**6,2%**	**37,1%**	**31,8%**	**11,2%**

PRM a fost votat într-o măsură mai mare de bărbaţi, de cei cu nivel scăzut de educaţie, de persoanele cu vârste medii (35-49 de ani) şi de cei care locuiesc în Muntenia. Nici una dintre aceste categorii sociodemografice nu a înregistrat în 2008 o prezenţă la vot semnificativ mai scăzută comparativ cu 2004. 37,8% dintre electori au fost din Muntenia în 2008 faţă de 35% în 2004, 28,8% au avut vârste cuprinse între 35 şi 49 de ani în 2008 faţă de 29% în 2004, 48,8% au un nivel de educaţie scăzut în 2008 faţă de 47% în 2004, iar votanţii bărbaţi au fost 55,9% în 2008 faţă de 54,4% în 2008. De aceea, este mai probabil ca o parte importantă dintre votanţii PRM să fi migrat către o altă opţiune electorală în 2008, decât că aceştia să nu fi mers la vot într-o proporţie mai mare decât electoratul altor partide.

Electoratul UDMR este fidel şi constant, caracterizându-se prin apartenenţa la etnia pe care acest partid o reprezintă, şi mai puţin prin alte variabile sociodemografice utilizate pentru a descrie votanţii altor partide.

Votanţii Uniunii PSD + PC în 2004 au fost într-o mai mare măsură femei, persoane cu nivel scăzut de educaţie, vârstnici, rezidenţi în mediul rural, moldoveni şi munteni. PSD era în acel moment prima opţiune a electoratului vulnerabil, dependent de stat pentru furnizarea bunăstării, mai puţin informat, mai puţin critic şi care are un respect mai mare faţă de instituţii şi de putere. PSD, partid aflat la guvernare în perioada 2000-2004, reprezenta pentru ei puterea, autoritatea politică şi furnizorul beneficiilor sociale.

Electorii Alianţei DA au avut un profil opus celor care au votat Uniunea PSD + PC. Aceştia sunt mai degrabă tineri sau de vârstă medie, absolvenţi de studii superioare, orăşeni (în special din localităţi cu peste 200.000 de locuitori), rezidenţi în Bucureşti şi Transilvania, regiunile cele mai dezvoltate din ţară.

Campania electorală agresivă dusă de către cei doi competitori principali a dus la o polarizare ridicată a electoratului, care poate fi observată în aceste date.

Tinerii şi cei cu studii superioare au optat de asemenea într-un procent mai mare pentru un alt partid decât acelea care au intrat în Parlament în urma alegerilor din noiembrie 2004. Acesta este profilul votanţilor fiecărui partid politic parlamentar la începutul ciclului electoral 2004-2008. Pentru a putea prezenta rezultatele disponibile pentru finalul acestuia, descriem mai întâi evoluţia acestora în sondaje şi evenimentele care a influenţat-o.

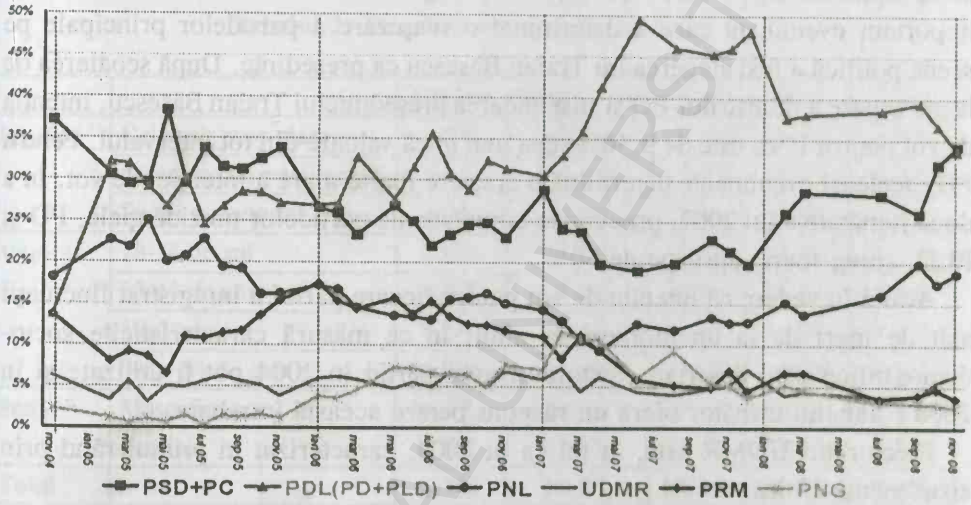


Figura 1. *Evoluţia principalelor partide politice în Barometrul Politic INSOMAR pentru intervalul 2004-2008*

Graficul evoluţiei principalelor partide politice este realizat pe baza a 34 de sondaje de opinie realizate de INSOMAR în intervalul 2005-2008 şi a rezultatelor oficiale ale alegerilor parlamentare din 2004 şi 2008 pentru Senat (prima şi ultima valoare din seria de date). Datorită faptului că PSD şi PC au participat ca alianţă la ultimele două alegeri parlamentare, intenţia de vot pentru acestea este prezentată cumulat în acest grafic. De asemenea, în toate cele nouă valuri din 2007 a fost măsurată şi intenţia de a vota cu PLD, opţiunile pentru acest partid fiind însumate cu cele pentru PD. Până în iunie 2006, intenţia de vot a fost măsurată cu o listă semiînchisă (ce include şi varianta „Altul"), care conţinea principalele partide şi Alianţa DA. Dacă respondentul îşi exprima preferinţa faţă de aceasta, era apoi întrebat pe care dintre cele două partide aliate (PD şi PNL) l-ar vota dacă acestea ar candida independent. Din iunie 2006 până în aprilie

2007, întrebarea a fost aplicată sub forma a două liste semiînchise, una conţinând Alianţa DA şi ceilalţi competitori electorali, iar cea de-a doua PNL, PD şi celelalte partide. Începând cu aprilie 2007, în urma excluderii de la guvernare a PD, a fost aplicată doar cea de-a doua variantă a întrebării, o listă semiînchisă conţinând principalele partide şi posibilitatea de a menţiona altul care nu e inclus. Aceasta este explicaţia pentru care PD-L şi PNL fluctuează destul de mult într-un interval scurt de timp la începutul ciclului electoral.

Prima măsurare, cea din februarie 2005, plasează partidele la un nivel destul de apropiat de cel pe care l-au obţinut la alegerile din noiembrie 2008. Cel mai important eveniment care a determinat o reaşezare a partidelor principale pe scena politică a fost alegerea lui Traian Băsescu ca preşedinte. După scoaterea de la guvernare a miniştrilor PD şi suspendarea preşedintelui Traian Băsescu, intenţia de vot pentru PNL este de 9,36%, cea mai mică valoare din tot intervalul. Pentru PD, aceleaşi evenimente determină o creştere foarte mare a intenţiei de vot. În a doua jumătate a lui 2007, procentele cumulate ale partidelor prezidenţiale, PD şi PLD, ajung foarte aproape de 50%.

Având în vedere că intenţia de vot pentru fiecare partid a înregistrat fluctuaţii atât de mari de la un moment la altul, în ce măsură caracteristicile socio-demografice care descriau electoratul unui partid în 2004 pot fi utilizate şi în 2008? Tabelul următor oferă un răspuns pentru această întrebare.

Electoratul UDMR este, la fel ca în 2004, caracterizat în primul rând prin apartenenţă etnică.

Profilul sociodemografic al celor care votează PSD nu s-a schimbat faţă de 2004, cei cu nivel scăzut de educaţie, mai în vârstă (în special cei peste 64 de ani), rezidenţii din mediul rural şi cei din Moldova şi Muntenia votează într-o proporţie mai mare cu acest partid, comparativ cu celelalte categorii de populaţie.

Este interesant de observat că diferenţa dintre procentul de votanţi din mediul rural comparativ cu mediul urban este mult mai mică în 2008 faţă de 2004, în primul rând datorită scăderii proporţiei de votanţi din rural. În 2004, 46,3% dintre votanţii din mediul rural au ales PSD, iar în 2008 doar 36% au avut aceeaşi opţiune. Aceste voturi şi cele pierdute de PRM au fost atrase de PNL şi PD-L, la aceasta contribuind trecerea mai multor primari la aceste partide în intervalul 2004-2008. Cumulat, PD-L şi PNL au obţinut 51,3% dintre voturile din rural în 2008, faţă de cele 22,3% ale Alianţei DA. Această tendinţă se păstrează şi în privinţa celorlalte categorii asociate cu PSD : a scăzut procentul celor cu educaţie scăzută, rezidenţi din Moldova şi Muntenia şi a celor în vârstă care votează acest partid, voturile ducându-se la principalii lor competitori electorali. Aceste pierderi

nu au fost compensate decât parţial de o creştere procentuală mai mică în rândul câtorva dintre categoriile care votează mai degrabă cu dreapta (+2,4% dintre cei cu studii superioare, +2,1% în mediul urban, +2,9% în Bucureşti). Cum însă pe toate aceste categorii PD-L + PNL înregistrează valori mai mari decât Alianţa DA, este mai probabil ca o mare parte dintre aceste voturi să vină din partea unor foşti votanţi PRM ori ai unor partide mici sau să fie datorată unei mobilizări mai mari a electoratului fidel acestui partid printre cei care aparţin grupurilor sociodemografice respective.

Tabelul 3. *Structura electoratului în 2000*[1]

		UDMR	PSD + PC	PNL	PD-L	Altul
Studii	Cel mult zece clase	**7,7%**	**40,5%**	19,4%	27,5%	4,9%
	Liceu/şcoală postliceală	6,4%	34,1%	18,9%	34,6%	6,0%
	Studii superioare	4,7%	27,0%	**22,8%**	**38,9%**	6,6%
Vârstă	18-34 de ani	7,0%	30,8%	**21,5%**	**34,5%**	6,1%
	35-49 de ani	6,6%	32,9%	20,6%	**34,1%**	5,8%
	50-64 de ani	6,6%	**38,4%**	18,0%	31,2%	5,7%
	peste 64 de ani	6,9%	**43,8%**	19,0%	25,9%	4,5%
Sex	Masculin	6,7%	36,0%	19,5%	31,5%	6,3%
	Feminin	6,9%	35,8%	20,2%	32,4%	4,8%
Total		**6,7%**	**35,7%**	**19,8%**	**31,7%**	**6,1%**
Regiune	Transilvania	**18,7%**	23,5%	17,6%	32,8%	7,4%
	Muntenia	0,3%	**38,7%**	**19,3%**	34,8%	6,9%
	Moldova	0,3%	**40,9%**	**20,0%**	32,5%	6,2%
	Bucureşti	0,4%	34,8%	15,5%	**38,4%**	10,8%

1. Sursa datelor din tabelul de mai sus o reprezintă baza de date rezultată în urma exit-pollului realizat de INSOMAR pentru Realitatea TV la alegerile parlamentare din 2008 pentru primele trei categorii (sex, vârstă şi studii), iar pentru următoarele două (mediu de rezidenţă şi regiune) au fost utilizate datele oficiale furnizate de către Biroul Electoral Central. De aceea, sunt prezente în tabel două totaluri diferite, primul reprezentând procentele estimate pentru fiecare partid în urma exit-pollului, iar cel de-al doilea conţinând rezultatele finale comunicate de BEC. Pentru a sublinia diferenţele semnificative faţă de medie (categoriile care au votat cu partidul respectiv mai degrabă decât alte categorii), au fost folosite cifre îngroşate.

Mediu de rezidenţă	Urban	6,2%	32,7%	16,7%	36,4%	8,0%
	Rural	6,6%	36,0%	21,0%	30,3%	6,1%
Total		6,4%	34,1%	18,7%	33,6%	7,1%

Conform structurii sociodemografice a votanţilor, continuatorul Alianţei DA este mai degrabă PD-L. Votanţii acestui partid sunt mai curând tinerii sau cei de vârstă medie, absolvenţii de studii superioare, locuitorii din mediul urban şi bucureştenii. Votanţii fostului său partener de alianţă, PNL, au o structură mai puţin omogenă. Aceştia sunt într-o măsură semnificativ mai mare tineri şi cu un nivel de educaţie ridicat, dar şi rezidenţi în mediul rural, în Moldova şi în Muntenia, fiefurile tradiţionale ale PSD. Deşi are exact acelaşi număr de parlamentari în mandatul 2008-2012 ca şi în cel anterior, structura celor care le-au acordat votul s-a schimbat foarte mult. Probabil că în intervalul de la începutul lui 2005 până în iulie 2007 şi-au pierdut mulţi dintre susţinătorii „de dreapta", după cum se poate observa din graficul cu evoluţia în sondaje a partidelor. Apoi, utilizând metoda PSD (de a fi partidul la putere ce împarte fondurile atât anumitor categorii sociale, cum sunt pensionarii, cât şi administraţiilor locale), a atras o parte dintre foştii votanţi ai acestui partid din 2004.

Profilul electoratelor PD-L, PSD şi PNL: dinamică 2005-2008

Analiza secţiunii anterioare trebuie rafinată prin testarea unui model explicativ al preferinţei electorale care să ia în calcul, pe de o parte, şi alte variabile (de exemplu, ocupaţia, încrederea în personalităţi politice) şi, pe de altă parte, relaţia cauzală care poate exista între variabilele explicative din model şi care poate afecta asocierea dintre variabila dependentă şi variabilele independente atunci când sunt considerate separat. Cu alte cuvinte, rezultatele secţiunii anterioare sunt complementare cu rezultatele care vor fi evidenţiate în această secţiune a capitolului.

Astfel, în cele ce urmează, vom analiza profilul electorilor PD-L, PSD şi PNL[1] folosind rezultatele a 34 de sondaje de opinie realizate de INSOMAR în

1. Am ales pentru această analiză doar jucătorii politici principali.

perioada 2005-2008. Vom prezenta în prima fază situaţia la nivelul anului 2008, comparând partidele două câte două, pe baza regresiei logistice bivariate (Agresti, 1996). Am optat pentru această strategie deoarece vom observa astfel mai uşor diferenţele în privinţa electoratului celor trei partide. Variabila noastră dependentă este preferinţa electorală – intenţia de a vota un anumit partid. Anticipăm faptul că variabile sociodemografice precum *vârsta*, *mediul de rezidenţă* (urban-rural), *sexul*, *nivelul de educaţie* şi *regiunea istorică de rezidenţă* sunt relevante pentru variaţia opţiunii de vot în rândul populaţiei din România. Ca o noutate faţă de analizele şi discuţiile obişnuite din România, vom introduce şi *ocupaţia* ca variabilă dependentă. O altă variabilă vehiculată în literatura de specialitate ca fiind relevantă pentru configuraţia votului este venitul. Din păcate, în studiul nostru nu am putut folosi această variabilă, deoarece, lucrând cu date culese în perioade diferite de timp, aceeaşi valoare a venitului a variat în relevanţă individuală, din cauza inflaţiei, a evoluţiei preţurilor, a denominării leului etc. Vom folosi însă în analiză o altă variabilă care să surprindă standardul de viaţă al respondentului, şi anume *perceperea calităţii vieţii în momentul sondajului comparativ cu un an în urmă*. Nu putem face abstracţie de actorii scenei politice, liderii partidelor aflate în competiţie electorală. În acest sens, vom testa dacă ideea „locomotivei de partid" funcţionează în cazul lui Traian Băsescu şi al PD-L, motiv pentru care vom adăuga în grupul variabilelor explicative şi variabila *încredere în Traian Băsescu*. Ipoteza noastră a fost că încrederea în Ion Iliescu influenţează de asemenea votul pentru PSD în defavoarea PD-L. Din păcate, acest item – încrederea în Ion Iliescu – nu a fost surprins în toate sondajele şi, în consecinţă, vom folosi itemul referitor la *încrederea în preşedintele PSD, Mircea Geoană*. Toate variabilele independente au fost categoriale, motiv pentru care au fost introduse în modelul statistic ca variabile *dummy*. Vom particulariza analiza pentru fiecare partid, incluzând în studiu încrederea în liderii acestora. Categoria de referinţă aleasă în cazul fiecărei variabile va fi precizată în prezentarea rezultatelor. Analiza de regresie logistică ne va permite să identificăm efectul cauzal fals (*spouriousness relationship*[1]), introducând în ecuaţia de regresie toate variabilele considerate; în acest fel, vom controla efectul fiecărei variabile independente asupra relaţiei dintre opţiunea electorală şi restul variabilelor explicative.

1. *Spuriousness relationship* este acel tip de relaţie – aparent semnificativă – dintre două variabile (sau mai multe) datorată influenţei unei alte variabile care se află în relaţie cu acestea concomitent, şi nu legăturii cauzale propriu-zise dintre acestea.

Din analiză au fost eliminate cazurile aberante (*outliers*[1]) şi a fost testată multicolinearitatea variabilelor explicative – aceasta nu a afectat validitatea rezultatelor. Va fi raportat şi R^2, ca măsură a puterii explicative a modelului de regresie folosit.

Vom începe prin a prezenta un model care include ca variabile explicative vârsta, educaţia, sexul, mediul de rezidenţă, regiunea, ocupaţia şi autopercepţia dinamicii calităţii vieţii electorilor. Includerea ocupaţiei ca variabilă explicativă a votului constituie o noutate pentru România (vezi tabelul 4). Fără a include ocupaţia în model, vârsta, educaţia, mediul de rezidenţă şi regiunea de rezidenţă erau asociate cu opţiunea electorală dintre PD-L şi PSD. În noul model, persoanele cu studii superioare nu se mai diferenţiază de cele cu studii de cel mult zece clase în ceea ce priveşte preferinţa pentru PSD *versus* PD-L. Explicaţia constă în faptul că ocupaţia este asociată atât cu mediul de rezidenţă sau nivelul de educaţie (un anumit nivel de educaţie predispune la anumite ocupaţii), cât şi cu preferinţa electorală. Uitându-ne acum la modul cum ocupaţiile se asociază cu preferinţa electorală, putem observa că patronii sau persoanele cu funcţie de conducere, angajaţii care prestează munci nemanuale sau manuale şi mai ales liber-profesioniştii sau specialiştii cu studii superioare intenţionau să voteze în anul 2008 mai degrabă cu PD-L în detrimentul PSD, comparativ cu pensionarii (care au fost categoria de referinţă) – valoarea lui B pentru aceste variabile este mult superioară decât în cazul educaţiei sau al mediului de rezidenţă, iar asocierea este semnificativă[2].

Propunem aici o schimbare a paradigmei stereotipe în care se analiza câmpul electoral până acum în România. *Votul pentru cei doi competitori apare „enclavizat" la nivelul categoriilor profesionale mai degrabă decât la nivelul educaţiei sau al mediului de rezidenţă.* Observăm, pe de altă parte, că nivelul de semnificaţie al asocierii celorlalte variabile este de asemenea diminuat după ce am controlat

1. În regresia logistică, este recomandabil ca *outliers* să fie eliminaţi din analiză atunci când diferenţa dintre valorile pentru *percentage correct* în tabelul de clasificare raportat pentru modelul fără *outliers* faţă de cel care include *outliers* este mai mare de 2.
2. În modelul de regresie care nu include percepţia calităţii vieţii, studenţii erau de asemenea semnificativ asociaţi cu opţiunea vot, aceştia preferând PD-L. Însă, odată ce controlăm după percepţia calităţii vieţii, calitatea de student devine nerelevantă – este uşor de înţeles, deoarece percepţia asupra calităţii vieţii este asociată semnificativ cu aceasta, dar şi cu o opţiune electorală.

efectul ocupaţiei. Din alt punct de vedere, este o lecţie pe care politicianul şi-o poate însuşi, electoratul relevant definit în funcţie de ocupaţie putând fi mai focal şi mai eficient atins de mesajul electoral decât electoratul definit după nivelul de educaţie.

Tabelul 4

1– PD-L; 0 – PSD	B	SE	Wald	Sig.	Exp(B)
Vârsta de 35-49 de ani	0,046	0,133	0,118	0,732	1,047
Vârsta de 50-64 de ani	-0,26	0,147	3,145	0,076	**0,771+**
Vârsta de peste 64 de ani	-0,516	0,188	7,578	0,006	**0,597****
Educaţie liceală	0,161	0,102	2,492	0,114	1,174
Studii universitare	-0,086	0,171	0,25	0,617	0,918
Sex masculin	-0,099	0,088	1,249	0,264	0,906
Rezidenţă în mediul rural	-0,13	0,093	1,933	0,164	0,878
Muntenia	0,046	0,108	0,181	0,671	1,047
Transilvania	0,446	0,113	15,507	0	**1,561*****
Bucureşti	0,369	0,177	4,37	0,037	**1,446***
Patron sau persoană cu funcţie de conducere	0,423	0,25	2,871	0,09	**1,526+**
Liber-profesionist sau specialist cu studii superioare	0,798	0,245	10,633	0,001	**2,221*****
Angajat în muncă nemanuală	0,302	0,177	2,906	0,088	**1,353+**
Agricultor	-0,174	0,258	0,452	0,502	0,841
Elev/student	0,346	0,256	1,834	0,176	1,413
Casnic/casnice, femei în concediu de maternitate	0,186	0,178	1,094	0,295	1,205
Angajat în muncă manuală	0,27	0,155	3,041	0,081	**1,31+**
Alte categorii profesionale	-0,397	0,282	1,983	0,159	0,673
Viaţă mai bună faţă de un an în urmă	0,72	0,119	36,607	0	**2,054*****
Viaţă la fel faţă de un an în urmă	0,412	0,1	17,121	0	**1,51*****
Constant	-0,12	0,209	0,327	0,567	0,887

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; + $p \leq 0,10$.

Categoriile de referinţă: vârsta de 18-34 de ani, educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională, sex feminin, rezidenţă urbană, rezidenţă în Moldova, pensionari, viaţă mai proastă în momentul sondajului comparativ cu un an în urmă. R^2 (Cox & Snell) = 6,9% ; R^2 (Nagelkerke) = 9,4% ; sig. $\chi 2$ (omnibus test) = 0,000 ; sig. $\chi 2$ (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,461.

Variabila referitoare la autopercepţia dinamicii calităţii vieţii electorilor este puternic asociată cu preferinţa electorală în sensul în care persoanele care consideră că viaţa s-a îmbunătăţit faţă de anul precedent şi cele pentru care viaţa este la fel preferă în mai mare măsură să voteze cu PD-L în detrimentul PSD, comparativ cu persoanele care apreciază că viaţa li s-a înrăutăţit – controlând după efectul celorlalte variabile independente din model.

Este important de subliniat că educaţia şi locul de rezidenţă (rural/urban) nu contează pentru opţiunea PD-L *versus* PSD, aşa cum eram obişnuiţi să credem. Practic, efectul conjugat al ocupaţiei individului şi al percepţiei asupra calităţii vieţii sunt de fapt variabilele relevante ale opţiunii electorale, în vreme ce educaţia şi rezidenţa sunt variabile asociate cu opţiunea electorală PD-L/PSD doar prin mijlocirea asocierii cu ocupaţia şi aprecierea calităţii vieţii. Este iarăşi o evidenţă care înfrânge percepţia stereotipică vehiculată mediatic până acum în România. Analiza statistică judicios folosită ne arată că oamenii din rural preferau în 2008 mai degrabă PSD decât PD-L, în virtutea faptului că în acest mediu locuiesc mai degrabă oameni cu anumite ocupaţii (agricultori) şi pentru că aceşti oameni au considerat că viaţa lor se înrăutăţeşte în mai mare măsură decât cei din mediul urban. Această afirmaţie trebuie considerată cu precauţie totuşi ca o ipoteză care cere o nouă validare în viitor, având în vedere posibilele vulnerabilităţi ale datelor datorate cumulării sondajelor realizate de-a lungul întregului an 2008 (acestea reflectă fiecare în parte „tensiunea" momentului politic în care au fost realizate).

Modelul prezentat este însă incomplet[1]. Nu am luat în calcul şi actorii scenei politice, modul în care imaginea liderilor partidelor analizate influenţează votul pentru acestea. Anticipăm importanţa încrederii în Traian Băsescu pentru preferinţa faţă de PD-L. Am introdus în analiză şi încrederea în Mircea Geoană, în calitatea acestuia de preşedinte al PSD (vezi tabelul 5).

O primă diferenţă notabilă faţă de modelul anterior constă în valoarea lui R^2, care creşte semnificativ (acest model a necesitat eliminarea *outlier*-ilor)[2]. Observăm de asemenea că variabilele care surprind încrederea în personalităţi se asociază semnificativ, aşa cum anticipam, cu preferinţa electorală. Datele arată că cei care manifestă încredere ridicată în Traian Băsescu preferă în măsură covârşitoare PD-L în defavoarea PSD (valoarea testului Wald este de departe cea mai ridicată). Asocierea este şi între încrederea în Mircea Geoană şi preferinţa PSD. Să reţinem

1. Un argument este şi valoarea modestă a lui R^2.
2. În acelaşi timp, menţionăm că nu a existat o diferenţă majoră între modelele de regresie prezentate în ceea ce priveşte numărul de non-răspunsuri.

că sensul cauzal nu poate fi precizat cu exactitate sau, altfel spus, e greu de spus dacă încrederea în Mircea Geoană conduce la votul pentru PSD sau preferinţa PSD conduce la încrederea în Mircea Geoană. Restul variabilelor îşi menţin puterea de asociere (valoarea B) la nivel similar cu modelul anterior.

Tabelul 5

1- PD-L; 0 - PSD	B	SE	Wald	Sig.	Exp(B)
Vârsta de 35-49 de ani	-0,086	0,202	0,18	0,671	0,918
Vârsta de 50-64 de ani	-0,445	0,228	3,811	0,051	**0,641+**
Vârsta de peste 64 de ani	-0,59	0,295	4,006	0,045	**0,554***
Educaţie liceală	0,359	0,16	5,001	0,025	**1,432***
Studii universitare	0,15	0,275	0,299	0,584	1,162
Sex masculin	-0,223	0,139	2,574	0,109	0,8
Rezidenţă în rural	-0,061	0,147	0,171	0,679	0,941
Muntenia	0,144	0,175	0,677	0,41	1,155
Transilvania	0,59	0,185	10,201	0,001	**1,805*****
Bucureşti	0,749	0,284	6,956	0,008	**2,116****
Patron sau persoană cu funcţie de conducere	0,519	0,375	1,909	0,167	1,68
Liber-profesionist sau specialist cu studii superioare	0,922	0,377	5,964	0,015	**2,514***
Angajat în muncă nemanuală	0,5	0,277	3,26	0,071	**1,649+**
Agricultor	0,275	0,429	0,412	0,521	1,317
Elev/student	0,547	0,405	1,828	0,176	1,728
Casnic/casnice, femei în concediu de maternitate	0,079	0,277	0,081	0,776	1,082
Angajat în muncă manuală	0,657	0,253	6,753	0,009	**1,93****
Alte categorii profesionale	-1,047	0,438	5,719	0,017	**0,351***
Viaţă mai bună faţă de un an în urmă	0,773	0,189	16,638	0	**2,166*****
Viaţă la fel faţă de un an în urmă	0,343	0,158	4,694	0,03	**1,409***
Neîncredere în Traian Băsescu	-3,82	0,173	487,376	0	**0,022*****
Neîncredere în Mircea Geoană	3,4	0,173	384,289	0	**29,953*****
Constant	-0,749	0,351	4,542	0,033	**0,473+**

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; + $p \leq 0,10$.

Categoriile de referinţă: vârstă de 18-34 de ani, educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională, sex feminin, rezidenţă urbană, rezidenţă în Moldova, pensionari, viaţă

mai proastă comparativ cu un an în urmă, încredere în Traian Băsescu, încredere în Corneliu Vadim Tudor, încredere în Mircea Geoană. R^2 (Cox & Snell) = 51,4%; R^2 (Nagelkerke) = 69,5%; sig. $\chi 2$ (omnibus test) = 0,000; sig. $\chi 2$ (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,000.

Am analizat şi diferenţele dintre PNL şi PD-L (nu vom prezenta aici tabelul de regresie). Tabloul care ni se înfăţişează este complet schimbat faţă de cel obţinut la analiza dintre PSD şi PD-L. Practic, electoratele PNL şi PD-L diferă semnificativ doar prin relevanţa variabilei încredere între personalităţile politice percepute drept lideri ai acestora[1] şi prin rezidenţa istorică – persoanele din Bucureşti înclinau în anul 2008 să voteze în mai mare măsură cu PD-L decât cu PNL. Pe scurt, sondajele din 2008 arată că PNL şi PD-L aveau aceleaşi electorate, dar le despart două personalităţi: Călin Popescu Tăriceanu şi Traian Băsescu. Afirmaţia poate fi nuanţată desigur, în sensul că ataşamentul faţă de doctrina liberală putea fi de asemenea un determinant al opţiunii pro-PNL şi de aici încrederea în liderul formal al acestei formaţiuni politice (l-am numit aici pe Călin Popescu Tăriceanu[2]). Rămâne de analizat situaţia electoratelor PSD *versus* PNL la nivelul anului 2008 (nu vom prezenta aici modelul de regresie).

Rezultatele indică aceeaşi asociere între încrederea în liderii celor două formaţiuni politice şi preferinţa pentru partid, asupra căreia nu mai are rost să insistăm. Se observă cu claritate diferenţa dintre electoratele PSD şi PNL făcută de variabila referitoare la percepţia asupra dinamicii calităţii vieţii proprii, în sensul că persoanele care percep că viaţa li s-a schimbat în bine tind să prefere PNL în detrimentul PSD, comparativ cu cei care îşi văd viaţa pe o pantă descendentă. Deşi în tabelul de mai sus nu par semnificative, categoriile ocupaţionale patroni, liberi-profesionişti şi studenţi tind în mai mare măsură să prefere PNL în defavoarea PSD, comparativ cu pensionarii – valoarea mare a coeficientului B ne spune aceasta şi faptul că în modelul, care nu includea încrederea în personalităţi (nu l-am prezentat aici), acesta era semnificativ din punct de vedere statistic.

De fapt, diferenţa dintre PSD şi PNL se apropie de patternul diferenţelor dintre PSD şi PD-L, fapt firesc şi dacă avem în vedere diferenţele mici dintre

1. În cazul lui Traian Băsescu, afirmaţia se referă doar la asocierea simbolică, fiind conştienţi de faptul că acesta, în calitate de preşedinte al României, nu poate cumula şi calitatea formală de lider politic.
2. Din păcate, nu am avut în baza de date cumulată variabile referitoare la opţiunea doctrinară.

electoratele PNL şi PD-L. Iniţial, fără introducerea în model a variabilelor privind ocupaţia şi autopercepţia asupra mersului vieţii, educaţia era semnificativ asociată cu preferinţa PSD-PNL. Ulterior, aceasta şi-a pierdut puterea discriminantă datorită controlului în funcţie de aceste două variabile. Ce este important de subliniat e faptul că mediul de rezidenţă nu discriminează preferinţa electorală dintre PSD şi PNL. Altfel spus, cele două partide îşi „recrutau" în anul 2008 votanţii în mod relativ egal din mediile urban, respectiv rural.

Ultima parte a analizei electoratelor partidelor din România va urmări să arate caracteristicile votanţilor celor trei partide importante din România în anii 2005, 2006 şi 2007, pe baza datelor sondajelor realizate de INSOMAR în aceşti ani. Deoarece am văzut că în anul 2008 diferenţele majore au fost între electoratele PSD şi PD-L, ne vom limita să arătăm evoluţia relevanţei variabilelor doar pentru comparaţia dintre aceste două partide (vezi anexa 1 de la finalul acestui studiu)[1].

În primul rând, trebuie să avem în vedere o limită de principiu a acestor rezultate datorată modului în care au fost aproximate opţiunile electorale pentru partidele care au alcătuit Alianţa DA. Un item suplimentar cuprins în sondajele INSOMAR[2] a permis aproximarea votanţilor partidelor care au alcătuit această alianţă, însă, cu toate acestea, este vorba doar despre o aproximare. Având în minte aceasta, putem spune că rezultatele indică un pattern care s-a menţinut constant de-a lungul guvernării trecute, vârsta, educaţia şi percepţia asupra dinamicii calităţii vieţii personale asociindu-se în acelaşi sens cu preferinţa electorală. Vârsta mai ridicată a fost asociată cu preferinţa PSD, educaţia mai ridicată cu opţiunea pentru PD-L, iar un sens pozitiv al autopercepţiei sensului vieţii cu preferinţa pentru PD-L. O constantă a fost şi faptul că genul respondenţilor nu a discriminat preferinţa electorală. Regiunea istorică a fost asociată cu preferinţa electorală în primii ani ai guvernării trecute – Muntenia, Transilvania şi Bucureştiul mai înclinate către PD-L faţă de Moldova. Însă în 2008 doar locuitorii din Transilvania şi Bucureşti şi-au menţinut preferinţa pentru PD-L, într-un grad mai redus decât în anii precedenţi. Relaţia dintre mediul de rezidenţă (rural/

1. Ocupaţia este o variabilă pe care nu o vom putea include în analiza determinanţilor preferinţei electorale, deoarece aceasta nu a fost măsurată similar în toate sondajele la care facem referire. Nu vom putea folosi în analiză nici încrederea în personalităţi, datorită faptului că aceste variabile nu au fost măsurate unitar în sondajele pe care le-am folosit pentru analiză.
2. Acest item a solicitat respondenţilor care indicau că preferă Alianţa DA să precizeze şi preferinţa pentru partidele care o alcătuiau (PD respectiv PNL).

urban) şi preferinţa electorală este unul dintre miturile analizei electorale de la noi, afirmându-se că este fief PSD. Rezultatele din tabel arată că preferinţa electorală între PSD şi PD-L a variat semnificativ în mediul urban şi rural doar până în anul 2006, din 2007 această variabilă devenind irelevantă. Analiza mai detaliată a situaţiei din anul 2008 realizată mai sus întăreşte această afirmaţie.

O discuţie aparte necesită evoluţia relaţiei dintre gradul de mulţumire faţă de activitatea premierului şi preşedintelui, pe de o parte, şi preferinţa electoratului între PD-L şi PSD. Dacă în 2005 cei mulţumiţi de activitatea lui Călin Popescu Tăriceanu ca premier preferau PD-L în defavoarea PSD, în 2007 şi mai ales în 2008 aceeaşi categorie de persoane mulţumite de activitatea lui Tăriceanu ca premier preferau invers, PSD în defavoarea PD-L. Electoratul s-a mişcat după cum s-au mişcat liderii lor. Această dinamică este expresia deznodării Alianţei DA, precum şi a altor evenimente care au caracterizat scena politică de-a lungul guvernării trecute. Să ne gândim doar la relaţia dintre PNL cu PD-L, respectiv PSD din 2005 până în 2008. Iniţial, PNL şi PD au fost parteneri de guvernare, iar după ruperea Alianţei DA şi trecerea în opoziţie a PD, mai apropiat de PNL a devenit PSD. Cei mulţumiţi de activitatea lui Traian Băsescu ca preşedinte au preferat tot timpul PD-L în detrimentul PSD, dar această asociere s-a întărit în ultimii doi ai guvernării trecute.

În final, semnalăm două aspecte care nu trebuie uitate. În primul rând, rezultatele prezentate aici au fost obţinute controlând influenţa celorlalte variabile independente ale modelului. În al doilea rând, aşa cum am precizat deja, lipseşte din model – am spus de ce – ocupaţia şi încrederea în personalităţile politice. Ocupaţia, aşa cum am arătat, este o variabilă al cărei efect trebuie controlat atunci când analizăm profilurile electorale în România. Lipsesc în acelaşi timp din modelul de analiză şi alte variabile care ar fi putut aduce un plus în caracterizarea electoratelor partidelor, cum ar fi ideologia îmbrăţişată de electori, gradul de informare vizavi de scena politică, gradul de activism civic etc. Acestea sunt premise ale unei cercetări mai elaborate în viitor.

Concluzii

În acest capitol am angajat un studiu bazat pe analiza statistică cu scopul de a surprinde caracteristicile electoratelor partidelor importante din România prin mijlocirea datelor sociale cuprinse în 34 de sondaje de opinie cu subiect politic realizate de INSOMAR de-a lungul ultimilor patru ani de guvernare şi pe baza exit-pollurilor realizate în 2004 şi 2008.

În acest mod, am putut extrage caracteristicile electoratelor principalelor trei partide înscrise în competiţia electorală din 2008. S-a revelat astfel un mecanism care nu a fost sesizat în România până acum : ocupaţia individului predispune la o preferinţă electorală specifică în România, fiind o variabilă la fel de importantă ca nivelul educaţiei şi mediul de rezidenţă (urban/rural) în procesualitatea câmpului electoral autohton. În acelaşi timp, am evidenţiat că încrederea în liderii politici ai partidelor este variabila care se asociază cel mai pregnant cu preferinţa electorală. Partidele din România se conectează populaţiei prin liderii lor.

Un alt element relevat de analiză a indicat faptul că diferenţele cele mai tranşante s-au manifestat între electoratul PSD şi PD-L în anul 2008, PNL având un electorat mai apropiat de PD-L ca structură sociodemografică. Analiza dinamicii temporale a caracteristicilor electoratelor partidelor menţionate arată că au existat constante în relevanţa educaţiei, vârstei şi autopercepţiei evoluţiei calităţii vieţii pentru preferinţa electorală, dar au existat fluctuaţii în sensul semnificaţiei gradului de mulţumire în guvern şi activitatea premierului, o reflecţie a mutaţiilor şi evenimentelor politice din ultimii patru ani de guvernare.

Singurul partid care a obţinut în valoare absolută mai multe voturi decât în 2004 este PD-L. Procentul pe care acesta l-a obţinut în alegerile din 2008 este asemănător cu cel pe care l-ar fi avut, conform declaraţiilor subiecţilor într-un sondaj INSOMAR, dacă ar fi avut loc alegeri anticipate în februarie 2005.

PD-L şi-a atras susţinerea unei părţi din electoratul PNL (votanţii de dreapta care au o părere bună despre preşedinte şi nu au fost de acord cu guvernarea susţinută de către PSD), din electoratul PSD (dintre cei din mediul rural) şi din cel al PRM (cei care au încredere în Traian Băsescu şi nu au fost de acord cu susţinerea acordată de acest partid suspendării preşedintelui).

PSD a pierdut 3 procente şi 1.445.639 în cifre absolute comparativ cu alegerile din 2004, în special din categoriile ce reprezentau electoratul său fidel (cei care locuiesc în mediul rural, vârstnicii, cei cu nivel scăzut de educaţie). Aceştia au preferat PNL şi PD-L.

PNL-ul a obţinut un procent foarte apropiat de cel din 2004, dar structura electoratului său s-a schimbat. A pierdut o parte dintre votanţii doctrinari de dreapta în favoarea PD-L, dar a fost votat de o parte dintre foştii pesedişti.

PRM, care nu a trecut pragul electoral de 5% în 2008, este marele perdant al acestor alegeri. O parte dintre votanţii săi din 2008 au trecut la PD-L, o altă parte la PNG, iar o alta nu a mers la vot.

Anexa 1

1- PD-L ; 0 - PSD	2005		2006		2007		2008	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Vârsta de 35-49 de ani	-0,07	0,932	-0,001	0,999	0,047	1,048	-0,008	0,992
Vârsta de 50-64 de ani	-0,245	**0,782****	-0,39	**0,677*****	-0,098	0,907	-0,35	**0,705+**
Vârsta de peste 64 de ani	-0,468	**0,626*****	-0,753	**0,471*****	-0,111	0,895	-0,578	**0,561*****
Educaţie liceală	0,458	**1,581*****	0,163	**1,177+**	0,291	**1,337****	0,309	**1,363****
Studii universitare	0,692	**1,997*****	0,356	**1,428****	0,313	**1,368+**	0,418	**1,519+**
Sex masculin	0,054	1,055	0,15	1,161	-0,076	0,927	-0,141	0,869
Rezidenţă în rural	-0,44	**0,644*****	-0,232	**0,793****	-0,092	0,912	-0,145	0,865
Muntenia	0,57	**1,768*****	0,331	**1,393*****	0,624	**1,866******	-0,095	0,91
Transilvania	0,681	**1,977*****	0,533	**1,704*****	0,522	**1,686*****	0,26	**1,297+**
Bucureşti	0,177	1,193	0,698	**2,01*****	0,653	**1,922*****	0,289	1,335
Viaţă mai bună faţă de un an în urmă	0,385	**1,469*****	0,187	**1,205+**	0,54	**1,716*****	0,257	**1,293+**
Viaţă la fel faţă de un an în urmă	0,413	**1,511*****	0,253	**1,288****	0,286	**1,332****	0,069	1,071
Nemulţumiţi de activitatea guvernului	0,573	**1,774*****	-0,227	**0,797+**	0,435	**1,545****	-0,141	0,869
Nemulţumiţi de activitatea premierului	-0,894	**0,409*****	0,007	1,007	0,359	**1,433+**	0,853	**2,347*****
Nemulţumiţi de activitatea preşedintelui	-2,087	**0,124*****	-2,109	**0,121*****	-3,167	**0,042*****	-2,694	**0,068*****
Constant	0,073	1,076	0,794	2,213	0,446	1,562	0,862	2,367

BCU BIBLIOTECA CENTRALĂ UNIVERSITARĂ LIBRARY

*** $p<0,001$; ** $p<0,01$; * $p<0,05$; + $p \leq 0,10$.

Categoriile de referinţă: vârsta de 18-34 de ani, educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională, sex feminin, rezidenţă urbană, rezidenţă în Moldova, pensionari, viaţă mai proastă comparativ cu un an în urmă, mulţumiţi de activitatea guvernului, mulţumiţi de activitatea lui Călin Popescu Tăriceanu ca premier, mulţumiţi de activitatea lui Traian Băsescu ca preşedinte.

2005: R^2 (Cox & Snell) = 27,6%; R^2 (Nagelkerke) = 36,8%; sig. χ^2 (omnibus test) = 0,000; sig. χ^2 (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,782.

2006: R^2 (Cox & Snell) = 24,6%; R^2 (Nagelkerke) = 33,1%; sig. χ^2 (omnibus test) = 0,000; sig. χ^2 (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,000.

2007: R^2 (Cox & Snell) = 34%; R^2 (Nagelkerke) = 47,1%; sig. χ^2 (omnibus test) = 0,000; sig. χ^2 (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,526.

2008: R^2 (Cox & Snell) = 29,1%; R^2 (Nagelkerke) = 39,2%; sig. χ^2 (omnibus test) = 0,000; sig. χ^2 (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,236.

Bibliografie

Agresti, Alan. 1996. *An introduction to categorical data analysis*. New York: Interscience Publication.

Bulai, Alfred. 1999. *Mecanismele electorale ale societăţii româneşti*. Bucureşti: Paideea.

Drăgan, Ioan, Camelia Beciu, Ioana Dragomirescu, Valentina Marinescu, Nicolae Perpelea, Daniela Rusu, Simona Ştefănescu. 1998. *Construcţia simbolică a câmpului electoral*. Iaşi: Institutul European.

Gândul. http://www.gandul.info/politica/social-democratii-s-au-mutat-la-oras-liberalii-au--plecat-la-tara.html?3928;3717142.

Jocelyn, A.J. Evans. 2004. *Voters & Voting. An introduction*. Londra: Sage Publications.

Kaid, Lynda Lee. 2004. *Handbook of political communication research*. Londra: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Lazarfeld, Paul F., Berelson Bernard, Gaudet Hazel. 2004. *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidenţială*. Bucureşti: Comunicare.ro.

Merrill III, Samuel, Bernard Grofman. 1999. *A unified theory of voting*. Cambridge: University Press.

Stein, Kuhnle, Karvonen, Lauri. 2001. *Party systems and voter alignments revisited*. Londra, New York: Routledge.

BCU IAŞI UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Factori cu incidenţă asupra votului

Gheorghe Teodorescu

Votul uninominal – test sau soluţie la problema reformei clasei politice?

Proiectată pentru a răspunde prioritar unor cerinţe de ordin reformist, formula votului uninominal cu reprezentativitate proporţională anticipa o reconfigurare spectaculoasă a conduitei electoratului sub aspectul centrării opţiunilor pe caracteristicile intrinseci ale personalităţii candidaţilor, respectiv pe atributele de loialitate şi competenţă ale acestora în realizarea interesului civic. Fără a constitui propriu-zis o noutate în dezbaterea politică de după '90, votul uninominal s-a impus cu o mare imperativitate abia în mai 2007, în preajma referendumului de demitere a preşedintelui. Ulterior, motivaţia actualizării interesului pentru schimbarea formulei electorale a diferit de la un partid şi de la un lider la altul, fiecare străduindu-se să dea asigurări cât mai convingătoare în privinţa necesităţii adoptării lui ca un garant de neînlocuit al reformei clasei politice.

Dacă în privinţa finalităţilor urmărite, puţine au fost vocile critice la adresa introducerii principiului „uninominalizării" în exercitarea opţiunilor de vot, prin comparaţie, aspectele legate de mecanismul convertirii voturilor în mandate au fost şi mai puţin luate în considerare în dezbaterile purtate pe tema introducerii noii versiuni de scrutin. O asemenea situaţie are multiple explicaţii: unele comportă raţiuni politice, altele vizează o deliberată evitare a complicatelor subterfugii tehnice de care abundă noua lege electorală, iar altele au în vedere

lipsa de aderenţă a unui astfel de subiect atât pentru presă, dar şi în raport cu preocupările cotidiene ale opiniei publice. În fapt, ceea ce iniţial părea o procedură transparentă şi mult simplificată de votare – cu consecinţe benefice asupra preconizatei reforme a clasei politice – s-a dovedit în final a fi şi mai complicat, şi mai puţin transparent. Lansată „la unison" de lideri şi partide, tema refacerii legăturii cu cetăţeanul a devenit laitmotivul discursului politic, cel puţin la nivel declarativ. Până la urmă, s-a întâmplat ca noua Lege electorală să producă atâta efect politic pe cât s-a investit în proiectul efectiv de schimbare a clasei politice. Or, separarea celor două „agende" – prin îndepărtarea progresivă a discursului civic de cel politic – constituia o explicaţie veridică în conduitele afişate de electorat cu precădere în sondajele de opinie. Nu era, evident, singura explicaţie pentru situaţia de apatie electorală îngrijorătoare sesizată de observatorii atenţi ai vieţii politice româneşti, dar foarte comod de susţinut pe fondul saturaţiei de „vechile figuri" care au populat timp de aproape 20 de ani peisajul politic autohton.

O altă explicaţie – cel puţin la fel de veridică – vizează reducerea stării de dependenţă a unor importante segmente din electorat de calitatea actului de guvernare, respectiv reorientarea aşteptărilor exprimate de o bună parte dintre alegători dinspre stat către zona liberei întreprinderi şi a liberei iniţiative private. Între guvernare şi guvernanţă, interesul civic a fost constant sacrificat pe altarul disputelor dintre principalele instituţii responsabile de satisfacerea trebuinţelor afişate de populaţie, iar acest lucru nu avea cum să rămână nesancţionat şi să producă urmări în plan atitudinal la nivelul alegătorilor. Aşa se face că soluţia votului uninominal – prezentată ca o modalitate eficientă de reconstrucţie a sistemului de raporturi dintre alegător şi ales – dădea în multe privinţe senzaţia unei rupturi radicale de practicile clientelare şi jocurile de culise în desemnarea candidaţilor incluşi pe liste de partid.

Cu precădere după referendumul din mai 2007, noţiunea de *responsabilitate* a revenit de la sine înţeleasă în uzajul limbajului politic cotidian, fiind semnificativ revalorizată pe parcursul anului electoral 2008. Ceea ce nu înseamnă că ea a şi devenit instantaneu un termen de referinţă pentru un nou tip de moralitate în conduita liderilor şi partidelor, fiind mai degrabă o formă inedită de adaptare din mers a politicului la tipul de constrângeri impuse de presiunea unui an electoral. Se realiza astfel o delimitare formală de practicile şi experienţele lipsite de consistenţă ale reprezentării în structurile decidente ale statului, considerate a fi sursa majoră a creşterii apatiei şi tendinţelor de absenteism politic din ultimii ani.

Pentru a le contracara, recursul la „uninominal" constituia soluția împărtășită de majoritatea liderilor politici, chiar dacă până la urmă s-a ajuns la un hibrid cu o paternitate incertă, dar suficient de flexibil pentru a răspunde intereselor de grup și unor așteptări negociate îndelung între partide.

Finalmente, originalitatea noului mecanism al votului a constat într-o preluare selectivă de proceduri și principii, adunând de peste tot câte puțin pentru a se ajunge la o formulă convenabilă autorului colectiv, care nu seamănă cu nici unul dintre sistemele de vot consacrate de experiența istorică a principalelor democrații ale lumii. De aici nu rezultă că expertiza și consultanța specializate ar fi lipsit în momentul elaborării noului cod de procedură electorală, dar prevalente au fost axele de negociere în delimitarea colegiilor de vot, gândite și construite pentru a răspunde unor cerințe de profit politic imediat, chiar dacă neuniform distribuit între negociatori. Ca în multe situații asemănătoare, apelul la specialist a vizat întemeieri legitimiste ale constructului politic proiectat, pentru ca în cele din urmă desenul electoral să reflecte voința și logica fiecărui partid implicat într-un demers prea puțin afectat de scrupule științifice. Consecințele, bune și mai puțin bune, s-au resimțit abia la capătul unui proces electoral desfășurat sub semnul contradictoriului și al ignoranței atât din partea celor chemați în fața urnelor, cât și a multor strategii eșuate de campanie.

Din acest punct de vedere, votul uninominal reprezintă doar o parte dintre explicațiile ce pot fi date configurării eșichierului politic în urma scrutinului parlamentar din noiembrie 2008. În realitate, asupra conduitei electorale a acționat un sistem cu mult mai sofisticat de factori, subiectivi și obiectivi, de natură să încifreze semnificativ interpretarea atitudinilor manifestate de alegători, nu doar în momentul exercitării votului, ci pe întregul parcurs al campaniei electorale. Dintre aceștia, un impact particular în structurarea comportamentului votanților a venit dinspre *candidat*, *partid*, *administrație locală*, *campanie* și, nu în ultimul rând, dinspre *contextul politic* în care au fost organizate alegerile parlamentare.

Mecanismul selecției, recrutării și promovării candidaților

O resursă de o importanță particulară în derularea unei campanii de alegeri o reprezintă liderul, în sensul în care acesta prezintă atribute de personalitate în stare să-i confere șanse de succes fie în beneficiul propriu, fie în avantajul partidului reprezentat, fie – cum se întâmplă de cele mai multe ori în realitate –

asigurând reuşita pe ambele planuri ale competiţiei electorale. Din acest motiv, în debutul oricărei campanii, formaţiunile politice româneşti au făcut din căutarea personalităţilor susceptibile să întrunească însuşiri, calităţi, merite şi notorietate cât mai seducătoare din punct de vedere electoral o adevărată tradiţie. Ea sintetizează un întreg spectru de neputinţe ale democraţiei româneşti, fiind sub acest aspect un simptom al oricărei societăţi aflate în etapa structurării şi profesionalizării instituţiilor sale politice. Cu atât mai mult acest lucru s-a văzut drept o slăbiciune a procesului de selecţie, recrutare şi promovare a candidaţilor în cazul celor două campanii electorale din 2008, unde miza competiţiei a impus un efort cu totul special din partea partidelor politice româneşti. Pentru „locale", bătălia s-a purtat deopotrivă pentru primari şi mai ales pentru preşedinţii de consilii judeţene. Aceştia din urmă s-au confruntat pentru prima oară cu exigenţele unei campanii electorale, trebuind să adune pe cont propriu suficientă susţinere populară pentru câştigarea unui mandat. Mai mult, indiferent dacă misiunea se arăta mai puţin dificilă sub aspectul învestirii directe în urma unui singur tur de scrutin, miza gestionării resurselor unui judeţ era suficient de puternică pentru a justifica o competiţie dură între candidaţi. În afara mizei propriu-zise pentru controlul administraţiei locale, scrutinul din mai-iunie 2008 a reprezentat şi testul mult aşteptat de partide după patru ani de agregări şi despărţiri politice care au bulversat sistemul de raporturi în eşichierul puterii.

La finalul „localelor", situaţia s-a clarificat mult sub acest aspect şi, fapt remarcabil, nimeni nu s-a arătat nemulţumit, mandatele obţinute de fiecare competitor acoperind şi chiar depăşind în unele privinţe cele mai optimiste aşteptări. Cu argumente diferite, dar îndatorându-se consistent prestaţiilor individuale ale liderilor, partidele şi-au afirmat satisfacţia în legătură cu rezultatele celui mai elocvent examen electoral înainte de „parlamentarele" din noiembrie. În această privinţă, se poate spune că factorul cu cea mai puternică încărcătură subiectivă asupra deciziei de vot a fost reprezentat de atributele de personalitate ale candidatului, iar incidenţa acestuia poate fi considerată sub cel puţin două aspecte : al *notorietăţii* şi al *charismei personale.*

A valorifica eficient asemenea însuşiri presupune însă existenţa unui mecanism în stare să asigure resurse umane la nivelul partidului şi, pornind de aici, o întreagă infrastructură de formare a cadrelor competitive, special pregătite pentru a face faţă competiţiei politice în general şi provocărilor campaniei electorale în mod deosebit. Dar poate mai mult ca oricând până la parlamentarele din 2008, o asemenea împrejurare a pus în evidenţă precaritatea culturii politice şi a managementului

realizat la nivelul fiecărui partid. Încă o dată s-au dovedit precaritatea și vulnerabilitatea sistemului bazat pe obedienţe și loialităţi construite în jurul liderului de partid, în care practica strategiilor pe termen scurt și a câștigurilor imediate au confirmat registrul minor în care acţionează leadershipul politic românesc.

Cum era de așteptat, ieșirea din „fundătura" provocată de minimalismul bazei de selecţie – întreţinută ani la rând de modul defectuos al pregătirii din timp a candidaţilor la nivelul organizaţiilor de partid – a constat în declanșarea unei acţiuni de anvergură naţională de identificare și atragere în sfera jocului electoral a unor personalităţi susceptibile să surmonteze deficitul acut de candidaţi competitivi din propria pepinieră politică. Dar, la fel ca în sport, în cazul partidelor, eșalonul tânăr – „sângele proaspăt al politicii" – se lasă îndelung așteptat, iar remediul de circumstanţă a constat într-un apel *in extremis* la personalităţi posibil de convertit din zone non-politice ale discursului public. În contrapartidă, predictabilitatea reacţiei electoratului la un asemenea subterfugiu tactic a suferit provocări greu de surmontat în realitatea campaniei. Astfel, pe măsură ce în vizorul recrutării au intrat persoane creditate să acopere – cu relativ succes – deficitul acut de candidaţi proprii, a apărut și riscul cooptării unor personaje ce prezentau un profil moral și profesional incert ori cel puţin controversat.

În cazul alegerilor parlamentare cel puţin, problema candidaţilor și-a găsit rezolvarea în două moduri diferite. Mai întâi, au fost desemnaţi candidaţi acei lideri cu o personalitate bine consacrată public, având o notorietate specifică net superioară în raport cu a contracandidaţilor din colegiu. Aceștia prezentau biografii politice îndeobște cunoscute în mediul local, fiind capabili să etaleze fie un discurs „documentat" în consecinţa deţinerii unor funcţii administrative anterioare, fie să exploateze imaginea câștigată în poziţii decidente de nivel naţional. În al doilea rând, partidele au recurs la cooptări masive de non-politicieni pentru a candida în alegeri, fapt ce a condus la implicarea activă în campanie a aproximativ 70% de „nou-veniţi" în viaţa politică. Această împrejurare a făcut necesar un efort considerabil mai mare din partea candidaţilor independenţi de a obţine atenţia și simpatia electorale, majoritatea aflându-se în premieră într-o astfel de situaţie. Beneficiind de un sprijin mai degrabă simbolic din partea partidului, aceștia s-au bazat în demersul întreprins în campanie pe atributele personale de seducţie, pe șarm și legitimitate profesională ori morală, pentru a spera la un oarecare succes electoral. Chiar și așa, sorţii le-au fost mai degrabă îndoielnici, mizând de cele mai multe ori pe hazardul redistribuirii mandatelor în etapa a doua de convertire a voturilor pe care au reușit să le adune cu îndoit efort.

Cât priveşte inventivitatea, originalitatea şi particularitatea strategiilor de campanie, acestea au fost aproape fără excepţie într-o acută stare de suferinţă la cei mai mulţi dintre candidaţi şi îndeosebi în cazul celor proveniţi din zonele non-politice ale vieţii publice. În această privinţă, merită subliniat faptul că fie *lipsa experienţei* în alegeri a „nou-veniţilor" în politică, fie *precaritatea consultanţei* de care a beneficiat o bună parte dintre candidaţi, fie *noutatea confruntării directe cu electoratul* – fără mijlocirea aparatului de partid –, fie *deficitul de cultură civică* în definirea obiectului şi funcţiunilor instituţiilor democratice, fie toate la un loc au fost principalele cauze ale suprapunerii ofertelor electorale din timpul campaniei pentru parlamentare peste cele promovate de candidaţii la funcţiile de primar ori de consilier la alegerile locale din mai-iunie. Confuzia s-a instalat cu atât mai mult în situaţia în care angajamentele formulate de candidaţii parlamentari nu vizau nici măcar realizarea efectivă a unor proiecte de interes comunitar, limitându-se la o simplă garantare a sprijinului şi controlului pe care îl vor exercita în timpul viitorului mandat asupra administraţiei şi liderilor locali.

Din astfel de considerente, faptul că la nivelul electoratului s-a instalat o stare de relativă detaşare în raport cu miza alegerilor parlamentare nu ar mai fi trebuit să surprindă pe nimeni. Dimpotrivă, manifestarea opţiunilor de vot în condiţii de ignorare majoră a identităţii candidaţilor – situaţie cu atât mai evidentă în mediul rural, dar fără a minimaliza amploarea acestui fenomen în cazul marilor oraşe –, a contribuit într-o măsură importantă la cele aproximativ cinci procente de voturi albe şi nule înregistrate şi comunicate de BEC. Cu certitudine însă *personalitatea candidatului* a fost factorul aleatoriu cel mai dificil de evaluat în modelele de simulare a votului din laboratoarele echipelor de campanie la ultimele parlamentare.

Partidul, un referent circumstanţial al orientării opţiunilor de vot

Dificultăţile menţionate în privinţa predictabilităţii comportamentului electoral cauzate de *nivelul redus de cunoaştere a identităţii candidaţilor* şi *precaritatea referenţilor subiectivi* ai structurării deciziei de vot au contribuit la orientarea opţiunilor de vot spre ceea ce alegătorul ştia deja mai bine din experienţa câştigată în alegerile anterioare. Or, din suma informaţiilor aflate la dispoziţia sa, alegătorul se putea raporta cel mai puţin riscant la conduita demonstrată de partide în

decursul celor 18 ani de democraţie românească, cu bunele şi mai puţin bunele experienţe ale trecutului.

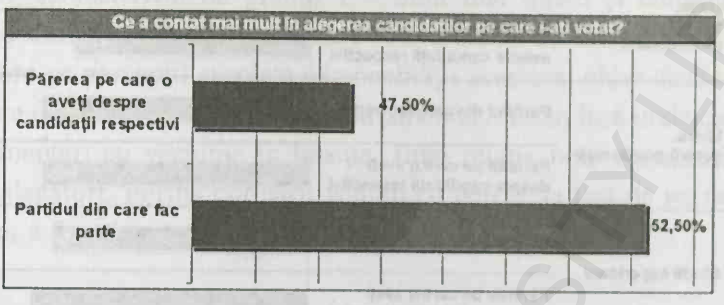


Figura 1. *INSOMAR – rezultate statistice ale exit-pollului naţional 30 noiembrie 2008*

Situaţia este cu atât mai elocvent susţinută din perspectiva analizării conduitei de vot în funcţie de mediul de rezidenţă, fiind uşor de constatat faptul că mediul rural manifesta o stare de ignoranţă sensibil mai mare decât cel citadin, chiar în condiţiile în care nici acesta din urmă nu excela la capitolul informării cu privire la datele de personalitate ale candidaţilor. În capitală, cel puţin, nu rare au fost situaţiile în care alegătorii au aflat cine sunt candidaţii din colegiul de care aparţin abia în ziua votului. Dacă se mai adaugă şi împrejurarea redelimitării secţiilor de vot în interiorul colegiilor, având repercusiuni imediate asupra conduitei unei părţi din electorat – unul vizibil derutat de schimbările intervenite în raport cu organizarea alegerilor din primăvară –, se profilează şi mai evident starea de confuzie ce a caracterizat conduita multora dintre cei care s-au prezentat la urne pe 30 noiembrie.

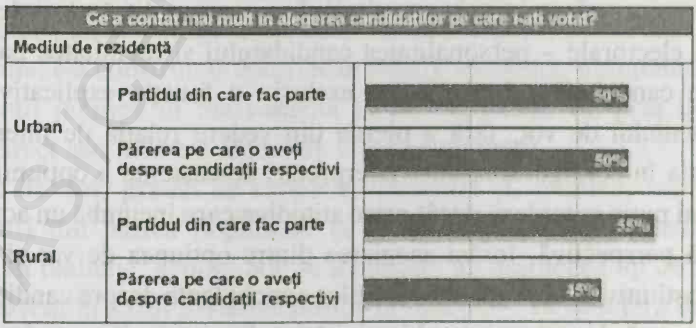


Figura 2. *INSOMAR – rezultate statistice ale exit-pollului naţional, 30 noiembrie 2008*

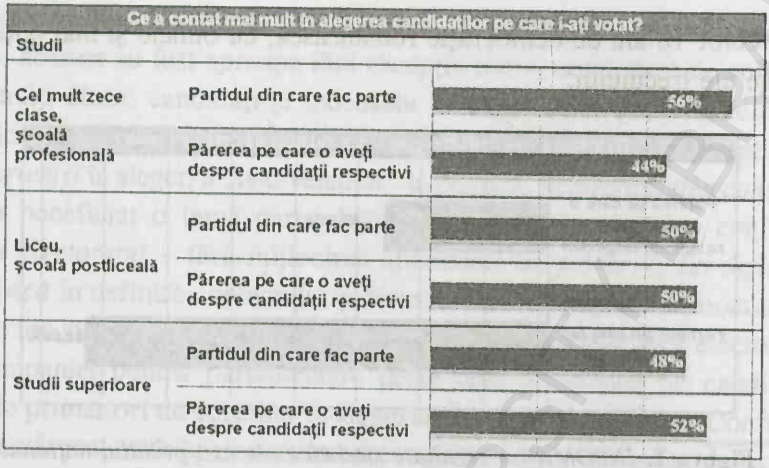


Figura 3. *INSOMAR – rezultate statistice ale exit-pollului național, 30 noiembrie 2008*

În mod firesc, orientarea conduitei alegătorilor – indiferent de mediul de rezidență, dar în funcție de notorietatea candidaților – se observă cel mai bine în cazul raportării votului la variabila studii. Mai precis, cei care aparțin segmentului cu instruire școlară mai redusă declarau în sondaje că elementul de referință cel mai puternic în funcție de care vor vota este *partidul din care provin candidații*. Aceasta presupune un act de delegare a capacității de a garanta calitățile candidatului către partid, iterând în acest fel o atitudine construită în perioada votului de listă. Poate mai puțin acest lucru poate fi susținut în cazul celor care au votat în premieră cu ocazia ultimelor alegeri parlamentare, dar chiar și pentru aceștia *teoria etichetării* a funcționat prin contagiune socială.

Sublinierea prevalenței unuia sau altuia dintre acești doi factori de influențare a conduitei electorale – personalitatea candidatului și identitatea partidului din care provin candidații – îndeplinește exclusiv o funcție explicativ-analitică a comportamentului de vot, fără a pierde din vedere relația de interdependență dintre aceștia în configurarea unei interpretări consistente a opțiunii electorale, cu nimic mai puțin complexă decât orice atitudine care incumbă un act de alegere. Din această perspectivă, însăși asocierea dintre opțiunea de vot și partid – ca referent substitutiv în absența informațiilor concludente despre candidat – nu este complet detașată de nota unei subiectivități indirect manifestate în conduita de vot. Este vorba despre o relație particulară de simpatie, respectiv una care definește un așa-numit subiectivism de gradul 2, constând în structurarea atitudinilor

politice și a opțiunilor electorale în funcție de simpatia manifestată și îndelung cultivată în timp față de personalitatea liderului de partid. Ea diferă de un prezumptiv subiectivism de gradul 1 – mult mai direct și construit aproape exclusiv pe durata campaniei –, în care simpatia față de candidați se întemeiază cu precădere pe percepții asociate personalității acestora, chiar dacă uneori prea puțin legate de cerințele statutului de parlamentar. Acolo însă unde candidații au fost parlamentari cu vechime în funcție, fiind relativ bine cunoscuți la nivelul masei de alegători, norma corelării votului cu percepția față de partid și liderul acestuia nu a funcționat decât accidental.

Nivelul competenței politice

Pentru mulți dintre cei care au candidat în cele două campanii ale lui 2008, vocația și competența politică s-au afișat deseori contradictoriu. A avea vocație s-a confundat nu de puține ori cu o anumită capacitate de identificare și câștigare a unei poziții de influență publică, susceptibilă să antreneze un acces mai facil la resurse. Pe de altă parte, a fi competent politic s-a dovedit echivalentul unei abilități particular dezvoltate de a controla sistemul de interdependențe constituit la nivelul partidului și al clasei politice în general. În cazul alegerilor locale și – începând cu parlamentarele lui 2008 – a votului uninominal, s-a făcut remarcat un capital acumulat în timp de o parte dintre candidați grație vechimii și experienței acumulate în funcții publice și îndeosebi parlamentare. Atributele acestui tip de capital au în vedere dobândirea unui sistem complicat de relații și influențe politice și economice, dintre care deținerea de mijloace media a reprezentat un atu important pentru competitorii celor două campanii electorale. Pe suportul acestui capital s-a construit o notorietate relativ spontană, întreținută periodic fie cu intervenții publice în mass-media locală/națională, fie prin licitarea unor activități direct sau indirect legate de viața comunității.

Pornind de aici, gradul de simpatie electorală și, implicit, capacitatea de a atrage voturi din partea populației ar fi aparent scutite de mari eforturi în campanie. În realitate, acolo unde se întâlnește un asemenea tip de notorietate – cel mai frecvent în cazul parlamentarilor în funcție –, ea se referă în principal la nume și mult mai puțin la activitățile pe care acesta le desfășoară în propria localitate, colegiu ori județ. Nu întâmplător, sondajele preelectorale consemnează în perioadele interscrutin un nivel scăzut de cunoaștere a liderilor parlamentari,

dar mai ales a ceea ce aceştia întreprind în interesul comunităţii. Dacă întreprind. De aici rezultă – iar în ultima campanie parlamentară s-a putut constata – o situaţie cu caracter problematic chiar şi pentru candidaţii consideraţi favoriţi în alegeri, în sensul accentuării temerilor manifestate de aceştia în legătură cu riscul de a nu-şi mai reînnoi mandatul.

În acest punct de cotitură din evoluţia sistemului democratic românesc, cauzat de modificarea formulei electorale, s-a făcut remarcat un anumit tip de profesionalizare a clasei politice, concretizată printre altele şi prin înfiriparea unei pieţe incipiente a serviciilor de consultanţă destinată partidelor şi liderilor aflaţi în campanie de alegeri. O asemenea cerere a venit deopotrivă dinspre candidaţii ale căror partide se aflau la putere şi a celor aflaţi în opoziţie, iar într-o măsură aproape nesemnificativă din partea „independenţilor". Ineditul formulei electorale şi incertitudinile legate de ceea ce urma să se întâmple efectiv în campania pentru parlamentare au generat interesul investiţional al multor candidaţi de a realiza o prestaţie de succes în alegeri, iar în acest sens căutarea febrilă a „celei mai bune căi" de minimizare a riscurilor de eşec a venit de la sine.

În consecinţă, perioada august-septembrie 2008 a coincis cu o agitaţie vizibilă pe piaţa marketingului politic, contribuind la apariţia spontană a unor diverse echipe gata să-şi ofere serviciile de consultanţă oricui şi în condiţii cât mai avantajoase. Clienţii nu au lipsit, la fel ca şi banii, dar calitatea serviciilor de consultanţă şi, în consecinţă, prestaţia celor mai mulţi candidaţi au fost în continuare sub nivelul investiţiilor făcute pentru adjudecarea poziţiilor câştigătoare a unui mandat de senator ori deputat. De remarcat totuşi că, potrivit estimărilor avansate de Asociaţia Pro-Democraţia (APD), ultimele două campanii de alegeri – locale şi parlamentare – au înregistrat fonduri-record alocate alegerilor. În această privinţă, furnizorii de recuzită publicitară şi-au săltat spectaculos bugetele de venituri în 2008, exploatând foamea acută de decorativism electoral, în detrimentul eficienţei strategiilor de marketing politic. Astfel, de la construcţia mesajului şi până la administrarea unui calendar al evenimentelor de campanie, acţiunea candidaţilor s-a dovedit rareori eficientă, fiind suplinită de minima rezistenţă a unui alegător dispus să-şi dea votul celor care-i oferă mai multe dintre trebuinţele lui imediate. Iar urgenţele în accepţiunea alegătorului mediu nu reprezintă altceva decât veniturile, securitatea socială şi confortul comunitar.

Influenţa administraţiei publice locale asupra votului

O realitate consemnată şi recunoscută de cei mai mulţi observatori avizaţi ai celor două campanii de alegeri priveşte unilateralizarea discursului electoral, respectiv apariţia unei cvasimonotonii a temelor promovate de candidaţi deopotrivă la „locale" şi parlamentare. Mai exact, acestea s-au dovedit mai direct legate de administraţia locală şi, într-o măsură mult mai puţin sesizabilă, de funcţionarea eficientă a Parlamentului. S-a ajuns astfel ca, în lipsa unui mesaj consistent care să fixeze interesul alegătorilor asupra temelor cu relevanţă parlamentară, cei mai mulţi dintre candidaţi să se grăbească să „reinventeze" temele utilizate în timpul campaniei pentru alegerile locale.

Totodată, injoncţiunea administraţiei publice locale asupra votului s-a manifestat – îndeosebi în zonele rurale –, printr-o exploatare particulară a unui civism direcţionat politic, constând dintr-un aşa-zis efort de „scoatere a oamenilor la vot" sub pretextul asigurării suportului electoral acordat „celui care îl merită cu adevărat". Sursele unei asemenea mobilizări organizate au fost dintre cele mai diverse, fie apelând la temeri construite şi induse deliberat unor alegători prea puţin informaţi asupra semnificaţiei şi consecinţelor procesului electoral, fie recurgând la diferite forme de gratificare a docilităţii civice, fie făcând recurs la alte forme de condiţionare decât cele explicit electorale (grup de apartenenţă, grup de referinţă). În acest sens, o evaluare întreprinsă de APD asupra condiţionării camuflate a orientării votului semnala faptul că, pe lângă inofensivele brichete, şepcuţe, pixuri şi odorizante pentru automobile distribuite de echipele de activişti ai partidelor, obiect al stimulării dirijate a acţiunii de vot au devenit „mielul electoral, ouă ştampilate cu numele candidaţilor, pungi cu alimente" (ADP, 2008, p. 21). Modul în care s-a acţionat astfel şi, evident, localităţile unde asemenea practici au fost identificate nu reprezintă neapărat o invenţie a democraţiei recente, fiind relativ lesne de reperat experienţe similare într-o istorie chiar mai îndepărtată[1].

1. „Mai grozavă decât năvălirea tătarilor şi invazia lăcustelor, a venit ziua de alegeri; de alegeri cum sunt înţelese şi practicate de români, de administraţia română, de armata română, de magistraţii români. A fost o urgie absurdă şi barbară. Dezlănţuită de sus în jos peste o populaţie paşnică şi liniştită [...] părea o revoluţie a uniformelor militare şi administrative, o revoluţie a statului, prin organele sale conştiente şi inconştiente, împotriva cetăţeanului «civil»" (jurnalul lui Grigore Gafencu, în Florin Constantiniu, *O istorie sinceră a poporului român*, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 1997, p. 333).

De la urna mobilă, abuziv deplasată la domiciliul votanţilor şi până la transportarea efectivă – motivat sau nu – a alegătorilor la sediul secţiei de vot, plaja mijloacelor utilizate pentru a „stoarce" votul util este plină de fantezie şi energică devoţiune partizană, pendulând uneori între infracţiune şi contravenţie.

Acestora li s-a adăugat cu titlu de noutate implicarea deschisă în campania de alegeri a unor grupuri de interese care până în momentul iunie 2008 nu au constituit o prezenţă remarcabilă în derularea procesului electoral. Imaginea unor personaje consacrate în zona consumatorilor de manele şi a celor cu activităţi la limita legalităţii care agitau ostentativ teancuri de bancnote în zona secţiilor de votare au constituit nota particulară a acestui an electoral. „Fenomenul Ştefăneşti", menţionează acelaşi raport al APD, „este emblematic pentru situaţii similare petrecute în numeroase localităţi din zonele limitrofe marilor oraşe în plin avânt al dezvoltării economice, consecinţă a mizei extrem de importante a accesului la resurse" (ADP, 2008, p. 58).

Activităţile „de corupţie" întâlnite în derularea procesului electoral trebuie însă judecate într-un cadru mai larg, în care funcţionalitatea instituţiilor democratice îndeplineşte un rol esenţial. Ideile pe care fiecare moment din istoria democraţiei româneşti le forjează „din mers" poartă amprenta sistemului normativ şi pecetea culturii civice în devenirea ei istorică. Or, din momentul în care credibilitatea sistemului instituţional este alterată sistematic de acţiunea iresponsabilă a leadershipului politic, premisele disfuncţionalităţii normelor de conduită tind să se impună drept o „a doua natură" a mediului democratic, una paralelă, coruptă şi parazitară prin consecinţele sociale, economice şi politice pe care le antrenează. Nu întâmplător, sărăcia ţărilor incluse în topul statelor care înregistrează fenomene grave de corupţie coincide în mare măsură cu situaţii de fragilitate a cadrului instituţional, dintre care desfăşurarea procesului electoral nu reprezintă decât o componentă. Ea expune segmente largi de populaţie riscului de tranzacţionare a votului, pe fundalul respingerii *de plano* a discursului politic, traducând simultan o dublă manifestare a subdezvoltării statului democratic: la nivel economic şi politic.

Contextul politic al alegerilor

Dintre aspectele cele mai controversate ale votului uninominal, cele privind procesul de negociere a delimitărilor geografice a secţiilor de vot, respectiv a colegiilor electorale s-au impus cu deosebire. El se cere însă situat în contextul

funcționării sistemului de putere în perioada 2004-2008, caracterizată printr-o acută polarizare a principalelor instituții de autoritate în stat. În acest sens, confruntările dintre instituția Președintelui și Guvern, pe de o parte, și dintre Președinte și Parlament, pe de altă parte, au constituit coordonatele discursului politic vreme de patru ani.

După momentul de maximă tensiune apărută între Președinte și Parlament, soldată cu dobândirea unei poziții și mai puternic legitimate electoral a lui Traian Băsescu în urma referendumului de demitere din mai 2007, concentrarea interesului clasei politice asupra testului electoral din mai-iunie 2008 a fost tot mai evidentă. Trebuie menționat că, până la „localele" lui 2008, alegerile europarlamentare din toamna lui 2007 au reprezentat o evaluare neconcludentă a capacităților electorale dovedite de partide în situația unei mize civice și politice aproape inexistente, concretizată printr-o prezență pe măsură a populației la urne. Pe acest fundal, însăși prezența sondajelor preelectorale a devenit o raritate în prima parte a anului 2008, fiind sancționată cu promptitudine de mass-media, contrariată de absența tradiționalilor referenți statistici asupra conduitei votanților.

Polarizarea discursului public al partidelor, în special al PD-L și al PNL, a indus o distribuire subsecventă a preferințelor de vot și, implicit, o reconfigurare a spectrului politic național. Pozițiile câștigate de principalii actori au generat o tendință puternică spre un joc în trei, UDMR maximizându-și rolul de arbitru în cele mai plauzibile asocieri și combinații de guvernare de după 30 noiembrie. Din peisajul competiției electorale vor dispărea PRM și îndeosebi unul dintre cei mai vocali actori politici ai ultimilor ani, PNG-CD, fapt considerat de observatorii vieții politice drept un pas important spre consolidarea instituțiilor politice românești după '89.

În afara redistribuirii preferințelor electorale cauzate de disputele cronicizate dintre președinte și premier, dar și dintre președinte și Parlament, alegerile din 2008 au pus în evidență în mod neechivoc îndepărtarea discursului politic de cel civic. Acesta a fost, de altfel, un factor extrem de important care a definit contextul desfășurării alegerilor din acest an, exercitând o influență particulară asupra atitudinilor și comportamentului alegătorilor la urne. Fără a constitui propriu-zis o surpriză, ruptura dintre mesajele clasei politice și cele ale populației în spațiul public a devenit un fapt consemnat de toate sondajele de opinie, de observatorii și comentatorii scenei politice românești ai ultimilor ani. Explicațiile date acestui autism sui-generis sunt multiple, cel mai frecvent fiind invocate „decuplarea intereselor" dintre politic și societatea civilă, iar pe de altă parte,

ieşirea din starea de dependenţă a unui segment tot mai amplu de populaţie faţă de calitatea şi relevanţa civică a guvernării. În această ultimă împrejurare, precaritatea gestiunii interesului civic s-a conjugat cu emergenţa succesului economic spontan dată de dinamica dezvoltării sectorului privat după 2003. Chiar şi fără performanţe notabile, România a reuşit să fie guvernată de un Executiv minoritar, vehement atacat atât dinspre opoziţie, cât şi de putere.

Cu toate acestea, cele două „guverne Tăriceanu" au reuşit să reziste timp de patru ani în postura de decident major al gestiunii resurselor naţionale, practicând sistematic o politică exclusiv redistributivă îndreptată spre satisfacerea acelor categorii de populaţie care etalau cea mai mare nemulţumire socială : pensionarii, salariaţii din domeniile educaţiei, sănătăţii şi categoriile dependente de venituri de la buget. Pe fondul unor intrări masive de resurse la bugetul statului, perioada 2004-2008 a fost una de continuă întreţinere a unui climat cvasielectoral prin intermediul creşterilor acordate veniturilor populaţiei, iar acest lucru s-a contabilizat cel mai bine în dreptul PNL, care a reuşit performanţa depăşirii bazinului său tradiţional de votanţi, apreciat la aproximativ 12%. Or, în condiţiile în care orice partid aflat la guvernare înregistrează o erodare constantă a suportului său electoral, PNL a sfidat orice paradigmă politologică prin afirmarea unui model de contraperformanţă la guvernare, compensat de un succes electoral nemaiîntâlnit în întreaga istorie a renaşterii sale postdecembriste. Cele aproximativ 20% dintre sufragiile exprimate la „locale" şi cele aproximativ 18% la „parlamentare" susţin realitatea paradoxală a succesului electoral al PNL în 2008, odată cu irosirea oportunităţilor sale investiţionale în proiecte de dezvoltare durabilă, cu totul excepţionale pentru aceeaşi perioadă.

În acest context, atractivitatea mesajului prezidenţial a cunoscut o evoluţie destul de inegală sub aspectul impactului său electoral. După atingerea unui prag de maximă susţinere în 2007, capacitatea de a furniza mize şi teme de dezbatere publică a preşedintelui Traian Băsescu a cunoscut un recul sensibil spre finalul aceluiaşi an, continuând să se menţină totuşi la cote relativ ridicate. Urmarea acestei evoluţii a fost o primă echilibrare a forţelor electorale dintre PSD şi PD-L în teritoriu după testul „localelor", pentru ca spre toamnă acest trend să ameninţe cu o inversare a raporturilor de putere dintre cei doi protagonişti ai „parlamentarelor".

Un asemenea context politic a furnizat elemente de incertitudine şi nelinişte la nivelul fiecărui partid, făcând necesară identificarea unei soluţii special dedicate dacă nu ameliorării performanţelor electorale de la „locale", cel puţin consolidării poziţiilor câştigate în urma acestui scrutin. Reprezentând o cauză comună,

imboldul de a negocia o formulă electorală care să satisfacă măcar parțial așteptările actorilor politici a venit de la sine sub forma desenării unui contur cât mai controlabil al votului în colegii. Principiul funcțional al mecanismului de reproducere a raporturilor de putere din interiorul sistemului politic a constat într-o delimitare intențională a secțiilor de vot, astfel încât bazinele electorale să-și conserve forța de a trimite spre Parlament cu prioritate candidații partidului cel mai bine susținut în colegiu. Dintr-o asemenea perspectivă, randamentul electoral al colegiilor s-a validat prin limitarea accesului la mandate pentru candidații independenți, pe de o parte, și printr-o reproducere „la fotografie" a situației postelectorale din mai-iunie și la finalul scrutinului din noiembrie, pe de altă parte. Ajustările – atâtea câte s-au dovedit necesare – au intervenit în urma convertirii voturilor în mandate, respectiv după etapa redistribuirii resturilor celor mai puternice, chiar cu riscul de a obține un alt rezultat decât cel indicat de numărarea voturilor efectiv acordate partidelor de către alegători. Notabilă în acest sens a fost substituirea „votului umblător pe candidat" cu „votul umblător pe partide", realizând un mix electoral sui-generis: nici întru totul vot de listă, nici întru totul vot uninominal. Cât privește reprezentarea proporțională a simpatiilor electorale, aceasta nu a avut de întâmpinat vreo dificultate specială pentru a se realiza în datele și așteptările proiectului legislativ.

Considerații finale

În esență, factorii care au exercitat o influență semnificativă asupra votului s-au întrevăzut din însăși analiza contextului politic în care s-a derulat procesul electoral pe tot parcursul lui 2008, respectiv din evaluarea cadrului normativ al alegerilor și, nu în ultimul rând, din conduita actorilor politici în sondajele preelectorale. Studiile de geografie electorală întreprinse la nivelul INSOMAR au anticipat în mare măsură situațiile finale ale votului atât la „locale", cât și la „parlamentare", iar acest lucru chiar în condițiile unor modificări radicale intervenite în arondarea secțiilor de vot pe colegii și a redelimitării teritoriale a secțiilor de vot în intervalul iunie-noiembrie. Analiza dinamicii votului pe dimensiune istorică a ridicat numeroase probleme de comparativitate a datelor de la un an electoral la altul și, cu atât mai deranjante, de la un scrutin la altul în interiorul aceluiași an electoral.

La fel de important s-a dovedit şi procesul de simplificare a spectrului politic românesc, ale cărui consecinţe nu sunt foarte simplu de evaluat. La prima vedere, aceasta ar contribui la o definire mai exactă a conduitelor de vot şi la o concentrare a opţiunilor electorale spre cele patru formaţiuni politice care alcătuiesc spectrul politic actual. Totodată, aceasta ar putea deveni o tendinţă de alterare a echilibrului stânga-dreapta, şi aşa destul de fragil, pe fondul deprecierii discursurilor neoconservator şi neoliberal, odată cu avansarea galopantă a semnelor de criză economică. Or, se ştie că situaţiile de criză au stimulat cu precădere afirmarea ideilor social-democrate, uneori în medii cu mare tradiţie a politicilor de dreapta. Nu este însă cazul României, unde nici după 20 de ani de la ieşirea din comunism, revenirea la un etatism salvator reînvie nostalgii şi reflexe aparent uitate, chiar în condiţiile în care opt ani de creştere economică susţinută au dat senzaţia instalării definitive a mecanismelor pieţei şi liberei întreprinderi.

Regruparea spectrului politic mai poate însemna şi o secătuire a resurselor de exprimare a diversităţii valorilor şi intereselor apărute după 1990, riscând să creeze facilităţi nesperate autoritarismelor de nuanţe şi cromatici ideologice diferite. O asemenea evoluţie conţine, la rândul ei, un paradox susceptibil să confere o nouă dimensiune originală vieţii politice româneşti, respectiv unui paralelism aproape ideal între propensiunea spre unilateralizare a discursului politic şi tendinţa spre accentuare a clivajelor sociale şi a intereselor asociate acestora în anii din urmă. De reprezentare politică au nevoie nu doar categoriile marginalizate şi „simplul cetăţean", ci şi mediile antreprenoriale ori profesiunile liberale angajate cu egală îndreptăţire în realizarea interesului naţional şi comunitar.

În ceea ce priveşte conduitele electorale, acestea nu sunt până la urmă decât un amestec subtil şi complicat între raţiune şi pasiune politică, încât, pentru a le înţelege, este nevoie de o examinare critică a intereselor care inspiră ori motivează acţiunile oamenilor. A judeca în termeni strict statistici ponderea influenţei exercitate asupra votului de fiecare dintre factorii amintiţi constituie un demers mult mai puţin profitabil şi cu siguranţă neavut în vedere în cele expuse până aici. Ceea ce merită însă subliniat este supremaţia interesului, care, susţine Hirschman, este contestată nu atât din pricina intervenţiei copleşitoare a pasiunilor, cât din cauza incapacităţii oamenilor de a înţelege ceea ce este în interesul lor (Hirshman, 2004, p. 64). Or, în cazul anului electoral 2008, distribuţia între pasiune şi raţiune în manifestarea votului ar fi trebuit să apropie interesele clasei politice de cele ale cetăţeanului, dând consistenţă şi relevanţă unui proiect de dezvoltare bazat pe subsidiaritate şi solidaritate sociale. Prin urmare, şi factorii care au apăsat în

vreun fel asupra configurării finale a spectrului politic au fost tratați în funcție de ceea ce ei pot explica și semnifica efectiv din conduita alegătorilor. Nimic mai mult, nimic mai puțin.

Bibliografie

APD. 2008. *Reguli și nereguli în alegerile locale 2008*, raport cu privire la monitorizarea campaniei electorale și observarea procesului de votare de la alegerile pentru autoritățile publice locale din iunie 2008.

Hirschman, A.O. 2004. *Pasiunile și interesele : argumente politice în favoarea capitalismului anterioare triumfului său*. București : Humanitas.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Criza financiar-economică şi alegerile parlamentare din 2008

Irina Velicu

Introducere

Despre criza economică globală se scrie în mediul academic anglo-saxon de mai mulţi ani; discursul critic vorbeşte despre cele două decade (1980-2000) de capitalism de tip *cazino* caracterizat prin macroinstabilitate, comportament financiar de tip „turmă" (profit maxim, speculaţii financiare exagerate, mutarea capitalului pe termen scurt în ţări ale paradisului fiscal), liberalizarea şi facilitarea pieţei de capital în defavoarea comerţului şi producţiei interne. În această paradigmă neoliberală, statul, indiferent de orientarea doctrinară, nu poate decât să devină un tehnocrat cu spirit antreprenorial interesat să atragă investiţii străine şi să câştige cât mai mult în cadrul licitaţiei globale de state, aflate în competiţie pentru atragerea de capital (Klein, 2000).

Astfel, variabila „economie" contribuie la convergenţa politicilor guvernamentale, iar situaţiile de criză economică în special determină liderii ţărilor democratice să uite de orientări ideologice şi să caute măsuri de tip tehnocratic. Diviziunile ideologice s-au topit şi în faţa Marii Crize Economice (1929), iar Noul Acord (*New Deal*) a fost necesar pentru a completa macroeconomic, prin intervenţia statului, tendinţele liberal-fordiste de a stimula cererea pe piaţă şi creşterea economică chiar şi prin mărirea salariilor (Harvey, 1990). Însă intervenţia statului în economie nu este neapărat o dovadă de orientare spre stânga spectrului politic. Statul are un rol esenţial ca partener (sau „complement strategic al pieţei") în dezvoltarea capitalistă, deşi teoria liberală doreşte să-i neutralizeze importanţa

(Stiglitz, 1997). Să ne uităm, de pildă, la situaţia de după al doilea război mondial, perioadă în care teoria economică dominantă a fost keynesianismul. Dezvoltarea capitalistă depindea de asumarea de către stat a unui rol-cheie, iar legitimitatea statului depindea de capacitatea capitalismului de a produce beneficii (inclusiv protecţie socială) într-o manieră echitabilă. Astfel, s-a semnat acordul de la Bretoon Woods în 1944, prin care s-a creat dependenţa de stabilitatea dolarului american, iar „cucerirea stalinistă" de la Yalta din 1945 a asigurat ulterior capitalismului o nouă sursă de inspiraţie, dezvoltare şi profit: „duşmanul comun" – comunismul. Desigur, anii '70, caracterizaţi prin „criza" de extra-acumulare, au dat naştere unui declin al producţiei tradiţionale manufacturiere şi o creştere a producţiei de servicii, revoluţie a comunicaţiilor şi tehnologiei informaţionale (cu implicaţii pentru tipurile de muncitori – gulere albastre *versus* gulere albe şi ascendenţa multinaţionalelor). Cu alte cuvinte, noi oportunităţi, dar şi noi pericole. Astfel de tranziţii demonstrează tendinţele spre instabilitate, criză şi transformare ale capitalismului şi capacitatea acestuia de a se stabiliza prin crearea unor instituţii ca reguli de normalizare (Harvey, 1990).

În consecinţă, orice criză poate fi o oportunitate ascunsă de câştig. Îndreptându-ne atenţia spre situaţia din România, o analiză media ne arată că subiectul cel mai des invocat în compania electorală din 2008 în România a fost declanşarea crizei economice. Tema iminentei crize economice a fost folosită de toţi exponenţii partidelor politice pentru a-şi maximiza şansele de a fi aleşi, oferind ulterior şi pretextul pentru legitimarea „monstruoasei" coaliţii PSD – PD-L. În mod asemănător, dezbaterile anterioare alegerilor prezidenţiale din SUA şi platformele politice propuse de democraţi şi republicani s-au concentrat asupra exploatării situaţiei de criză, moment abil instrumentat de câştigătorul democrat Barack Obama (reprezentant al stângii democrate americane)[1]. Desigur însă, în România, cu mult timp înainte ca discursul privind criza să se contureze, sondajele din România prevesteau procentele „câştigătoare" (PD-L, PSD-PC), deşi la nivel ideologic preferinţa publică era polarizată spre „centru-dreapta"[2]. Argumentul acestui capitol este că, în perioada premergătoare alegerilor parlamentare,

1. Conform unui sondaj al CNN/Opinion Research Corp., 52% dintre alegători consideră că senatorul democrat va gestiona mai bine criza economică şi problemele sociale accentuate de criză (http://www.opinionresearch.com/ fileSave/obama_leading_mccain_9232008.pdf).
2. Vezi sondajele INSOMAR din septembrie şi noiembrie 2008: http://www.insomar.ro.

semnalele de criză economică în România nu au fost suficient de bine internalizate de populaţie pentru a avea o influenţă marcantă asupra intenţiei lor de vot.

La nivel teoretic, se poate afirma că temerile privind efectele crizei ar fi putut avantaja social-democraţii, pentru că aceştia, încă din septembrie 2008, promovau un mesaj puternic de protecţie socială în contextul viitoarei crize. Social-democraţii au avut într-adevăr o creştere relativă în sondaje, însă acelaşi lucru se poate spune şi despre celelalte partide. În plus, în România, deşi indicii economici ne arată o creştere economică graduală de la o guvernare la alta în ultimii zece ani, apatia electoratului creşte, iar alegerile din 2008 se evidenţiază în primul rând prin cea mai mare rată a absenteismului de după revoluţie. Decizia de vot poate fi influenţată de mai mulţi factori: loialităţi sociale sau de partid (clasă), preferinţe punctuale pe probleme, performanţa economică, polarizarea sistemului de partide etc. Totuşi, se poate argumenta că, în ţări cu democraţii fragile aşa cum este România, contextul politico-social instabil accentuat de percepţia crizei economice a influenţat din nou un vot preponderent pe considerente ideologice, iar promisiunile de tip stângist au avut în general rezonanţă.

Acest capitol cuprinde o scurtă secţiune teoretică de trecere în revistă a literaturii de specialitate pe tema comportamentului electoral în zona postcomunistă, urmată de un subcapitol ce descrie reacţiile liderilor politici la semnalele de criză. A patra secţiune face câteva evaluări privind comportamentul de vot în contextul semnalelor de criză.

Volatilitate şi vot – comportamente electorale în zona postcomunistă

Literatura academică în zona postcomunistă este relativ săracă din punctul de vedere al studiilor pe tema comportamentului electoral, iar motivele sunt variate: volatilitatea socială, economică şi politică în general, transformările economice şi sociale, pluripartitismul exacerbat şi fragmentarea partidelor etc. Autori precum Powell şi Whitten au analizat situaţia comportamentului electoral din ţări cu democraţii stabile, unde responsabilitatea performanţei putea fi mai clar atribuită guvernelor, luând în considerare anumiţi indicatori ideologici şi de performanţă – de exemplu, dreapta fiind în general sancţionată pentru inflaţie, iar stânga pentru şomaj. În astfel de cazuri, s-a putut susţine în mod relativ credibil prin studii

sociologice incidenţa *votului economic retrospectiv* – cetăţeanul ţine cont de performanţa economică în luarea deciziei de vot (Powell şi Whitten, 1993). Decizia de a răsplăti prin vot performanţa economică se poate lua mai ales atunci când guvernul era reprezentat de o majoritate sau un singur partid, deoarece responsabilitatea este mai uşor de stabilit (Tucker, 2006).

Situaţia este mai complicată în cazul cercetărilor focalizate pe regiunea excomunistă. Transformările economice majore după 1989 – privatizarea industriilor, liberalizarea preţurilor, deschiderea graniţelor pentru atragerea capitalului străin – au fost privite de cetăţeni ca un „rău necesar" din perspectiva integrării globale, aducând beneficii (voturi) guvernelor doar pe termen scurt. La aceasta se adaugă lipsa de profesionalism şi experienţă democratică a noilor elite politice generic etichetată drept „corupţie". De exemplu, în 2002, 53% dintre respondenţii unui sondaj naţional[1] considerau că fenomenul corupţiei s-a accelerat, iar în 2006 şi 2007, 38% considerau că cea mai importantă problemă cu care s-a confruntat România în ultimii patru ani este corupţia[2].

Încercarea de a analiza decizia de vot în zona postcomunistă a dat naştere mai multor teorii: Przeworski, de pildă, argumenta că în ţările Europei Centrale şi de Est popularitatea guvernului variază în funcţie de rata şomajului: aceasta este cel mai sensibil indicator de performanţă al unei guvernări tocmai pentru că reprezintă o experienţă cu totul nouă în peisajul economic, comunismul „excelând" prin lipsa acestuia (Przeworski, 1996). De asemenea, analizele electorale multivariate ale lui Pacek arată că rata şomajului variază invers proporţional cu numărul de voturi pentru guvern şi direct proporţional cu numărul de voturi pentru partidele din opoziţie (Pacek, 1994).

Se poate aprecia că, datorită inflaţiei scăzute faţă de anii 1996-2000, dreapta a dobândit în România mai multă credibilitate în ochii electoratului (bazinul său electoral lărgindu-se gradual, conform sondajelor, de la 6% în 2000[3] la 13,6%[4] în 2008), însă pierzând puterea în 2008 tot aşa cum în 2004, în pofida creşterii economice graduale şi a stagnării şomajului, PSD pierdea locul oficial al guvernării.

1. Barometrul de Opinie Publică, IMAS şi MMT, iunie 2002, www.osf.ro.
2. BOP 1998-2007: „România – ţară de nemulţumiţi optimişti", vezi http://www.osf.ro/ro/publicatii.php?pag=2#, accesat la 2 ianuarie 2009.
3. Barometrele Gallup-FSD din mai şi octombrie 2004, http://www.gallup.ro/romana/poll_ro/releases_ro/pr040604_ro/pr040604_ro.htm.
4. Sondaj INSOMAR, septembrie 2008, www.insomar.ro.

Aceste fenomene pot sugera tendinţa spre vot ideologic a populaţiei (promisiunile şi „cruciadele" de tip Traian Băsescu având un efect puternic), dublată de pesimismul de tipul „nimic nu se schimbă, politicienii îşi văd de propriile interese", care poate fi o explicaţie pentru absenteismul ridicat.

Se scrie despre o Românie postcomunistă, iar acest post nu înseamnă numai după, ci simbolizează dăinuirea moştenirii comuniste alături de noile elemente capitaliste. La nivelul profund al comportamentelor individuale, această moştenire se manifestă şi printr-o participare civică redusă şi slab informată a cetăţenilor. Ca atare, nu poate fi vorba despre o decizie de vot retrospectiv, bazat pe indicatori economici, exerciţiul democratic al informării şi participării cetăţenilor la viaţa publică fiind distrus de comunism. Dificultăţile transformărilor economice în România au oferit un avantaj competitiv actorilor politici care promiteau soluţii din sfera politicilor de protecţie socială.

Acest capitol va analiza modul în care instabilitatea sociopolitică, precum şi speculaţiile privind efectele crizei economice au fost folosite în special de partide în timpul campaniei electorale pentru a influenţa decizia de vot a românilor spre zona de centru-stânga.

Semnale de criză şi reacţii politice în perioada septembrie-noiembrie 2008

Încă din februarie 2007, în Statele Unite, restanţele la rambursarea creditelor se înmulţesc, provocând primele falimente ale unor bănci specializate. În august, Rezerva Federală intervine deja pentru a soluţiona lipsa lichidităţilor. În septembrie, Trezoreria americană pune deja sub supraveghere băncile ipotecare Freddie Mac şi Fannie Mae, oferindu-le astfel timp să-şi restructureze finanţele, după ce le-a garantat datoriile de 200 de miliarde de dolari. În februarie 2008, banca britanică Northern Rock este naţionalizată de guvern. În România, luna septembrie aduce o scădere cu 4% a indicilor bursei de valori (BVB), după ce banca de investiţii Lehman Brothers intră în faliment. În plus, la începutul lui noiembrie 2008, Ministerul Muncii făcea o primă estimare cum că la nivelul economiei româneşti ar putea dispărea între 17.000 şi 250.000 de locuri de muncă.

Chiar în ziua alegerilor, o analiză a Business Standard aprecia că alegerile sunt marcate de criza economică, ce va avea o influenţă negativă asupra ratei de

participare la vot, dar totodată anunţau o posibilă creştere a popularităţii PSD ca urmare a programului său politic axat pe diminuarea viitoarelor inegalităţi sociale: „speriaţi de şomajul şi măsurile de austeritate dureroase pe care le-ar putea aduce criza, vor sancţiona probabil actuala putere, pe care o consideră ruptă de realitate" (Business Standard, 2008).

Cu două luni înainte de alegeri, premierul Călin Popescu Tăriceanu, dar şi preşedintele Traian Băsescu susţineau public că România este, într-o anumită măsură, imună la criza economică. Mai mult, Tăriceanu afirma, în mod ironic, că românii ar putea să profite de pe urma crizei financiare din Statele Unite ale Americii şi să-şi cumpere case ieftine în SUA. La început de noiembrie, Mugur Isărescu declara că România nu are nevoie de bani de la FMI, făcând referire la creşterea cu 1,3 miliarde de euro a rezervei valutare. Pe de o parte, liderii PD-L criticau guvernul pentru lipsa unui program anticriză şi, pe de altă parte, pe Mircea Geoană pentru populism.

Totuşi, abia mai târziu în campania electorală, Călin Popescu Tăriceanu anunţa primele măsuri pentru limitarea efectelor crizei: alocarea sumei de 220 de milioane de euro pentru locuinţele ANL, subvenţionarea dobânzilor pentru credite ipotecare, scheme de ajutor prin programul Fermierul, reducerea contribuţiei pentru asigurările sociale de stat (CAS) cu zece puncte procentuale. Măsurile au fost privite cu scepticism mai ales în condiţiile apropierii alegerilor (moment propice propagandei care aducea aminte mai curând de „stânga) şi ale imposibilităţii de a implementa acest plan în contextul îngheţat al campaniei electorale.

Aceste atitudini relativ indiferente ale dreptei politice în România ar fi putut spori şansele social-democraţilor de a câştiga aceste alegeri pe fondul creşterii treptate a nivelului de conştientizare în rândul populaţiei privind efectele crizei internaţionale. Desigur, o aproximare a măsurii în care aceste temeri s-au reflectat în procesul de vot este dificil de stabilit, însă singurul lider politic care a mizat în discursul său pe subiectul crizei încă din septembrie 2008 a fost Mircea Geoană. Discursul de stânga al acestuia a fost centrat de la început pe problema crizei şi a efectelor sociale negative ale acesteia, care, conform lui Mircea Geoană, impun intervenţia statului în economie şi măsuri speciale de protecţie socială. Acesta îşi exprima încă din octombrie 2008 intenţiile privind abordarea crizei financiare: „În plină criză financiară internaţională, preşedintele PSD mizează totul pe cartea statului: motorul creşterii economice va trebui să fie de acum reprezentat de investiţiile publice în infrastructură, băncile de stat vor avea un rol-cheie, în

energie, privatizarea va fi „foarte prudentă", Fondul Proprietatea va fi desfiinţat, impozitele pe bunuri de lux vor fi majorate"[1].

De asemenea, una dintre marile probleme economice ale societăţii contemporane este inegalitatea socială, iar Mircea Geoană a proiectat imaginea PSD ca promotor al echităţii sociale, marşând pe subiectul elitelor financiare favorizate şi pe modul în care criza le va obliga să-şi reevalueze consumul şi regulile economice. Subiectele pe care liderul PSD a insistat s-au referit în special la nivelul de trai scăzut al multor români (ca urmare a lipsei de preocupare liberală pentru redistribuirea socială), precum şi la criza economică şi intervenţia statului în economie prin măsuri ce vizau creşterea salariilor mici, oferirea de locuri de muncă prin investiţii publice în infrastructură, dezvoltarea agriculturii, transformarea CEC-ului în bancă pentru IMM-uri. În context preelectoral, semnalele de criză trase în special de PSD în discursul său electoral au încercat să inculce românilor temele instabilităţii, temerilor şi nesiguranţei faţă de viitor.

În discursul neoliberal se face de regulă referire la o separare între economie şi politică, iar aceasta are efecte ideologice importante: relaţiile salariale sunt prezentate ca schimburi voluntare pe piaţă, statul pare neutru din punctul de vedere al diviziunilor de clasă, indivizii devenind abstracţi, dar egali din perspectiva şanselor. Cu alte cuvinte, neutralizarea importanţei statului în economie ar face aproape imposibilă tragerea la răspundere a guvernanţilor prin mecanismele de vot sau participare civică. Discursul cu tentă de stânga folosit de Mircea Geoană a vizat captarea atenţiei prin promisiunea de umanizare a acestor relaţii capitaliste, alimentând însă şi expectanţa multora de a fi asistaţi social: „Sunt încrezător că românii vor înţelege că această alegere din 30 noiembrie nu este doar între partide, (...) ci între două modele de societate – un model al capitalismului sălbatic şi egoist, care iată că a decedat în America (...), sau al unui capitalism mai sociabil, mai echilibrat, în care statul joacă un rol important"[2].

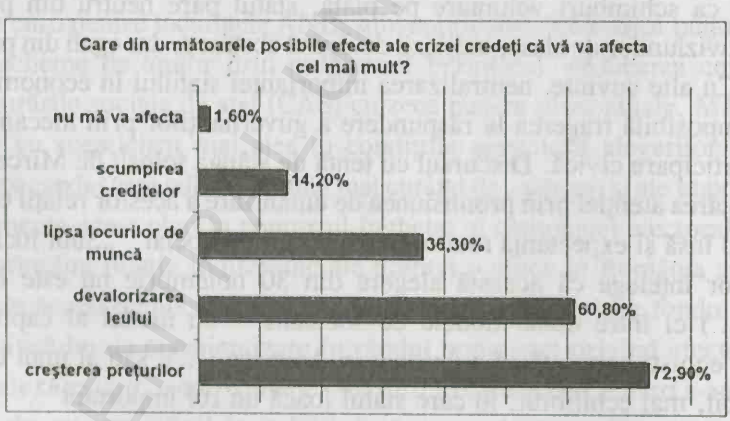
Care este efectul acestor reacţii politice asupra votului? Despre intenţiile de vot ale românilor înainte de noiembrie 2008 şi percepţia electoratului înainte de alegeri cu privire la criza economică vom discuta în secţiunea următoare.

---

1. Vezi interviul acordat de Mircea Geoană cotidianului *Ziarul Financiar* în data de 13 octombrie 2008 (http://www.psd.ro/articole.php).
2. Interviul acordat de Mircea Geoană agenţiei AGERPRES în data de 13.11.2008, http://www.psd.ro/articole.php.

Sondaje şi rezultate electorale

Sondajul naţional realizat de INSOMAR în octombrie 2008 ne arată că 86% din populaţie auzise deja de criza financiară internaţională, 44% considerând că România va fi afectată în aceeaşi măsură ca celelalte ţări europene, iar 24% anticipând că România va fi lovită mai mult decât alte ţări europene[1]. În plus, 72,9% dintre cei care au răspuns unui alt sondaj realizat de INSOMAR se tem cel mai mult de o creştere a preţurilor, 60,8% se referă la devalorizarea leului şi 36,3% se tem de lipsa locurilor de muncă, iar 14,2% de scumpirea creditelor[2]. Ca atare, putem aprecia că, înainte de alegeri, teama faţă de potenţialele costuri sociale ale crizei economice începuse deja să fie resimţită la nivelul cetăţenilor (vezi graficul de mai jos). Totuşi, măsura în care aceste temeri ar fi putut influenţa votul este dificil de evaluat cu exactitate. Credibilitatea discursului privind criza economică al principalilor reprezentanţi de partid este redusă, aşa cum vom arăta mai jos.



Notă. Întrebare închisă ce a permis menţionarea a maximum două variante de răspuns. 0,6% dintre respondenţi nu au oferit nici un răspuns.

Figura 1. *Efectele crizei* (sursa : *Sondajul Naţional, aplicat telefonic, realizat de INSOMAR în perioada 9-11 octombrie 2008)*

1. Sondaj INSOMAR realizat în octombrie 2008, www.insomar.ro.
2. Sondajul Naţional, aplicat telefonic, realizat de INSOMAR în perioada 9-11 octombrie 2008.

Sondajul naţional realizat de INSOMAR în octombrie 2008 ne arată că, atunci când se vorbeşte despre criză, cetăţenii ţin cont în special de părerile lui Mugur Isărescu (38%) sau nu ţin cont de părerea unuia dintre liderii menţionaţi (30%), astfel că Traian Băsescu este creditat să vorbească pe tema crizei de doar 14% dintre respondenţi, Călin Popescu Tăriceanu, Theodor Stolojan şi Mircea Geoană având credibilitate în acest sens într-o măsură foarte redusă (4%, 3% şi respectiv 2%).

Nici unul dintre reprezentanţii partidelor nu primesc destulă credibilitate pentru a vorbi despre criză şi a mobiliza electoratul pentru alegerile din 2008 pornind de la această temă. Mugur Isărescu este singurul într-o mai mare măsură să influenţeze părerea cetăţenilor despre criza economică şi situaţia din România. Dacă ne amintim că guvernatorul Băncii Naţionale a României declara înainte de alegeri că România nu are nevoie de FMI, un simplu raţionament ne-ar determina să afirmăm că, în perioada premergătoare alegerilor, românii au privit criza economică cu detaşare, decizia lor de vot fiind neinfluenţată de problematica crizei.

În plus, fiind întrebaţi „Care dintre candidaţii la funcţia de prim-ministru este cel mai capabil să guverneze în condiţiile unei crize economice?", 36% dintre respondenţi consideră că nici unul dintre cei trei nu ar fi potrivit, 29% îl nominalizează pe Theodor Stolojan, 15% pe Mircea Geoană, 12% pe Călin Popescu Tăriceanu. Însă este dificil de stabilit exact o astfel de măsură luând în considerare şi schimbarea sistemului de vot în România. Pe de o parte, studiile calitative de tip focus-grup realizate de INSOMAR au reliefat faptul că, de exemplu, în cazul duelului electoral dintre Elena Udrea (PD-L) şi Luminiţa Anghel (PSD), chiar şi simpatizanţii PSD înclinau spre alegerea Elenei Udrea, dată fiind notorietatea publică şi politică a acesteia. Sondajele ne arată faptul că, pe măsură ce studiile respondenţilor sunt mai avansate, cu atât probabilitatea ca aceştia să voteze persoana creşte. Cu toate acestea, ponderea celor care au votat partidul rămâne foarte ridicată (între 48 şi 56%)[1]. În plus, întrucât campania electorală a fost şi foarte scurtă, şi slab organizată (conducerea centrală de partid nu şi-a asumat realizarea campaniei electorale, candidaţii fiind lăsaţi să decidă în mod individual asupra acesteia), majoritatea românilor nu au votat candidaţii fără experienţă în politică la alegerile din 30 noiembrie[2].

1. INSOMAR, rezultate statistice ale Exit-pollului naţional, 30 noiembrie 2008.
2. Vezi http : //www.hotnews.ro/stiri-politic-5145070-sondaj-bcs-conduce-intentia-vot-urmat--psd-pnl.html, accesat pe 5 ianuarie 2009.

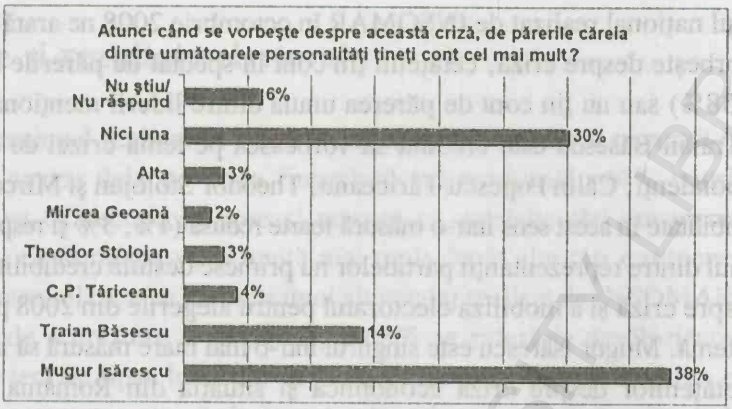


Figura 2. *Personalitatea cu cea mai mare credibilitate în materie de informaţii despre criză* (sursa: *Sondajul Naţional, aplicat telefonic, realizat de INSOMAR în perioada 9-11 octombrie 2008)*

Din sondaj mai aflăm că soluţia cea mai bună pentru a depăşi o eventuală înrăutăţire a situaţiei economice a ţării este, în viziunea a 39% dintre respondenţi, formarea unui guvern de specialişti, pe când 14% consideră că problema trebuie rezolvată de politicieni, 10% ar prefera un *regim de mână forte*, 8% optează pentru un guvern de uniune naţională, 7% consideră că fiecare român trebuie *să strângă cureaua*, 7% consideră că nu trebuie făcut nimic, iar 15% intră în categoria celor care dau ca răspuns varianta „Nu ştiu/Nu răspund". În consecinţă, majoritatea românilor aşteaptă ca politicienii să rezolve aceste probleme ale crizei economice îndeosebi prin apelul la specialişti. Aceasta deoarece, tot conform rezultatelor sondajului, vinovaţii pentru înrăutăţirea situaţiei economiei sunt politicienii (Guvernul în 22% dintre cazuri, Parlamentul - 19%, preşedintele - 4%), dar şi criza economică în sine, aşa cum declară 14% dintre respondenţi, în timp ce 37% consideră că toţi aceşti factori cumulaţi sunt responsabili.

Cu o lună înainte de alegeri, sondajele ne arată că problemele majore ale românilor rămân aceleaşi: salariile, pensiile, creşterea nivelului de trai, crearea locurilor de muncă[1]. Aceste probleme sociale au fost abordate în timpul campaniei în special de Mircea Geoană, în contextul crizei des invocate de acesta, fapt care ar putea influenţa mobilizarea electoratului de stânga (pentru mai multă protecţie socială în timp de criză). Însă, aşa cum prefigurau sondajele, rezultatele alegerilor din noiembrie 2008 nu au delimitat un câştigător clar şi nu au favorizat în mod

1. Sondaj INSOMAR realizat în noiembrie 2008, www.insomar.ro.

special PSD: potrivit datelor centralizate ale Biroului Electoral Central (BEC), la Camera Deputaţilor, Alianţa PSD + PC a obţinut 33,09% dintre voturi, PD-L – 32,36%, PNL – 18,57%, UDMR – 6,17%, iar la Senat, Alianţa PSD + PC a obţinut 34,16% dintre sufragii, PD-L – 33,57%, PNL – 18,74%, iar UDMR – 6,39%.

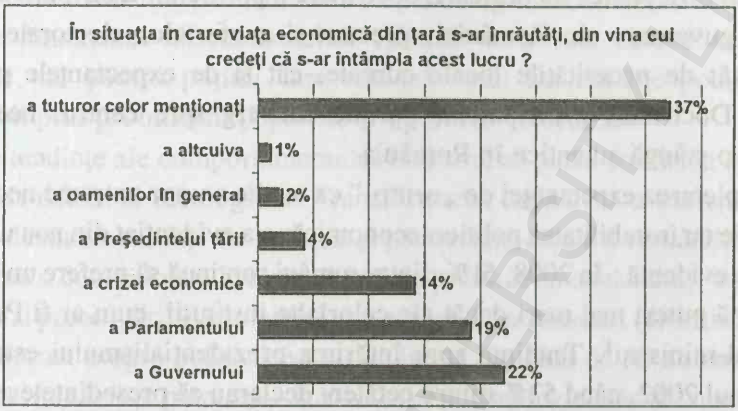


Figura 3. *Cine ar fi considerat responsabil pentru criză ?*

Analizând mai atent datele statistice, observăm următoarele: cu două luni înainte de alegeri, 71% dintre cetăţeni sunt indiferenţi faţă de culoarea/orientarea ideologică a viitorilor guvernanţi, important fiind ca aceştia *să-şi facă treaba*[1]. Cu alte cuvinte, la nivelul mentalului colectiv, ideea de performanţă (a-şi face treaba) este importantă şi ghidează decizia de vot. La nivel raţional şi pragmatic, românii doresc să răsplătească prin vot performanţa economică (vot economic). Cu toate acestea, la 30 noiembrie 2008, cetăţenii nu au răsplătit guvernul PNL pentru performanţa economică a României din ultimii patru ani (deşi, într-adevăr, bazinul lor electoral s-a lărgit faţă de perioada de după 2000). Fie această performanţă nu este în realitate simţită de majoritatea cetăţenilor (cu o lună înainte de alegeri, doar 1% dintre respondenţii unui sondaj declarau că viaţa lor este mult mai bună decât în 2007, iar 21% mai bună[2]), fie, cu o probabilitate mai mare, electoratul nu poate atribui această creştere strict politicilor PNL ţinând cont de degringolada politică a ultimilor patru ani (relaţia mai mult decât dificilă dintre PNL, PSD şi PD-L – Traian Băsescu).

1. Sondaj INSOMAR realizat în noiembrie 2008, www.insomar.ro.
2. Sondaj INSOMAR, octombrie-noiembrie 2008, www.insomar.ro.

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

Astfel, nu este surprinzător faptul că majoritatea respondenţilor sondajelor se plasează la „centrul" spectrului politic, acesta fiind definit ca mijlocul între două extreme mai curând decât un loc bine definit al unui set de politici socioeconomice (răspunsul fiind „nici de stânga, nici de dreapta"). Acest fapt explică (sau este explicat de) dificultatea identificării doctrinare a politicilor distributive a programelor de guvernare ale României, precum şi a ofertelor electorale din 2008 nivelate atât de necesităţile locale curente, cât şi de expectanţele publice de „centru". Doctrinele principalelor partide converg spre centru, neexistând o dreaptă şi o stângă autentice în România.

În completarea expectanţei de „centru" ca medie a unor extreme nedorite şi în contradicţie cu instabilitatea politico-economică, s-a evidenţiat din nou următoarea certitudine evidentă: în 2008, 51% dintre români continuă să prefere un preşedinte care să aibă puteri mai mari decât ale celorlalte instituţii, cum ar fi Parlamentul sau primul-ministru[1]. Tendinţa spre întărirea prezidenţialismului este evidentă încă din anul 2002, când 52% dintre cetăţeni declarau că preşedintele ar trebui să aibă mai multă putere, 47% considerând că preşedintele ar trebui să demită Guvernul în cazul unei crize[2]. Aceste preferinţe explică susţinerea mare prin vot a PD-L, partid al cărui simbol este Traian Băsescu, acel preşedinte puternic dorit de români care umbreşte, de altfel, inclusiv ridicarea altor lideri din cadrul propriului partid.

În plus, conform barometrului INSOMAR din septembrie, în 2008, dacă ar fi să se aleagă strict între o guvernare de dreapta şi una de stânga, românii ar prefera dreapta: procentul celor care se declară a fi „de dreapta" este ceva mai ridicat decât al celor „de stânga": 22% faţă de 18%[3]. Dar, deşi imaginea PD-L a fost construită în mod negativ-confruntativ prin opoziţie cu PSD, considerat „socialist", orientarea pur de dreapta a PD-L a rămas sub semnul întrebării. Aşa cum prezicea Dahrendorf (1990), „în Europa Centrală şi de Est [...] pendula politicii normale va oscila pe nesimţite din direcţia liberală în direcţia social-democrată şi invers".

Instabilitatea socioeconomică a României după Revoluţie a şubrezit procesul de construcţie democratică. Democratizarea nu înseamnă doar pluripartitism, alegeri libere sau integrarea europeană. Acest tip de democratizare formală

1. Sondaj INSOMAR, octombrie-noiembrie 2008, www.insomar.ro.
2. Barometrul de Opinie Publică, iunie 2002, FSD-IMAS, www.osf.ro.
3. Sondaj INSOMAR, septembrie 2008, www.insomar.ro.

marginalizează schimbările dramatice care au loc la nivelul profund uman şi cultural – în fond, politica este şi o luptă asupra sensurilor vieţii şi a lucrurilor care ne alcătuiesc viaţa (Verdery, 1991). Astfel, pentru România ultimilor 19 ani, crearea doctrinelor, dar mai ales a identităţii sociale (individuale sau colective) este încă un proces în formare, explicând apatia politică a cetăţenilor. În România avem de-a face în continuare cu un vot de tip ideologic, înclinat spre centru-stânga, dublat de fenomenul absenteismului. Efortul de a vota devine neatractiv şi nefolositor, iar pentru puţinii care votează votul lor rămâne polarizat, uşor manipulabil prin promisiuni populiste şi „pomeni" electorale.

Aceste tendinţe ale comportamentului electoral ar putea confirma aşa-numitul fenomen de declin al ideologiilor. Transformarea capitalistă a societăţii va continua, iar dezinteresul faţă de politică şi pasivitatea civică a românilor va creşte nu numai ca o consecinţă a aversiunii faţă de politicienii consideraţi corupţi, ci şi ca rezultat al preocupării electoratului mai curând de a consuma (divertisment) decât de a se informa asupra politicii (să nu uităm că, pe data de 30 noiembrie 2008, majoritatea românilor petreceau într-o vacanţă prelungită sărbătoarea Sfântului Andrei „uitând" să mai voteze, iar schimbarea sistemului de vot a făcut ca o mare parte din populaţie să nu înţeleagă nici măcar mecanismul de vot pe colegii uninominale). Declinul ideologiilor (în sensul în care problemele economiei determină apropieri ale polurilor „stânga-dreapta") este real nu numai în România, ci şi la nivel internaţional. Acest declin este şi rezultatul încercării de uniformizare globală neoliberală a regulilor politico-economice, promovate prin instituţii fără mandat politic de tipul FMI, Banca Mondială şi Organizaţia Mondială a Comerţului, care negociază din ce în ce mai mult, alături de marile corporaţii, neutralizând puterea statului (acesta fiind mereu sub suspiciunea de a abuza de putere, spre deosebire de „mâna invizibilă" a pieţei „obiective" şi „autocorectoare"). Statul, indiferent de orientarea doctrinară, nu poate decât să devină un tehnocrat al cărui comportament va fi ghidat de actori şi factori externi. Statul devine astfel o falsă alegere.

Pe de-o parte, integrarea europeană a României este doar un prim pas al testelor globalizării, iar pe de altă parte, aceste teste vin în pas de criză: criza economică globală ne aduce aminte că a face parte din „familia" globală înseamnă a-i simţi îndeaproape propriile „defecte". Transformarea postcomunistă nu este o tranziţie ca proces finit şi pentru că modelul occidental la care o tranziţie ar trebui să conducă este în continuă transformare.

În loc de concluzii

Crizele sistemului financiar global sunt endemice şi ne pot valida moştenirea intelectuală a lui Keynes privind capitalismul de stat şi necesitatea intervenţiei statului pentru evitarea dezechilibrelor. În România, consecinţele crizei globale sunt de fapt şi consecinţele unei crize locale : criza globală nu este ceva „alogen", care vine şi face victime colaterale. Complicitatea elitelor locale, care în ultimii 20 de ani au subminat încet, dar sigur capacitatea de producţie a ţării, neglijând resursele naturale, agricultura şi proiectând un tip de dezvoltare nesustenabilă, haotică şi bazată pe consum mai curând decât pe producţie, reflectă de fapt o criză a (inter)dependenţei economice globale.

Ce se prefigurează acum în Europa din punctul de vedere al planurilor politice este o intervenţie mărită a statului în economie prin stimularea programelor publice care să stimuleze la rândul lor creşterea economică şi nivelul ocupării forţei de muncă. Rămâne de văzut dacă în România noua coaliţie „monstruoasă"/ raţională PD-L – PSD va reuşi să ofere soluţiile similare necesare în aceste momente de criză economică. De asemenea, rămâne de văzut dacă actuala coaliţie de guvernământ, considerată atât de Mircea Geoană, cât şi de Emil Boc un simbol al maturizării democratice, va face ca perdanţii acestei crize să nu fie „din nou oamenii obişnuiţi"[1].

Legitimitatea unui guvernări este un produs hibrid, având în componenţa sa popularitatea, succesul şi eficienţa respectivului guvern. Legitimitatea unui guvern creează „rezervele de bunăvoinţă" de care statul are nevoie în momente de criză. Urmează să observăm dacă guvernul ales în noiembrie 2008 de către cetăţeni, care se bucură de popularitate prin figura charismatică a lui Traian Băsescu, precum şi de succes, având 70% din sprijinul cetăţenilor (70% dintre cei 39% care au votat, să nu uităm) în urma formării coaliţiei „compromisului raţional", urmează să îşi dovedească eficienţa. Criza financiară oferă contextul de provocare maxim pentru trecerea sau eşuarea acestui test de coabitare politică.

1. Mircea Geoană, http : //www.psd.ro/stiri.php.

Bibliografie

Bell, Daniel. 1960. *The end of ideology*. Glencoe: Free Press.

Burawoy, Michael şi Katherine Verdery. 2004. *Uncertain transition: ethnographies of change in the postsocialist world*. Bloomington: Indiana University Press.

Dahrendorf, Ralf. 1990. *Reflections on the Revolution in Europe*. New York: Random House.

Duch, R. 1995. Economic chaos and the fragility of democratic transition in former communist regimes. *Journal of Politics*, 57: 121-158.

Duch, R. 2001. A developmental model of heterogeneous economic voting in new democracies. *American Political Science Review*, 98.

Duch, R. şi R. Stevenson. 2005. Assessing the magnitude of the economic vote over time and across nations. *Electoral Studies*, 25.

Harvey, David. 1990. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. SUA: Blackwell.

Klein, Naomi. 2000. *No Logo: No Choice, No Space, No Jobs: Taking Aim at the Brand Bullies*. Londra: Flamingo.

Pacek, Alexander C. 1994. Macroeconomic Conditions and Electoral Politics in East Central Europe. *American Journal of Political Science* 38: 723-744.

Powell, G. şi G.D. Whitten. 1993. A cross-national analysis of economic voting: taking account of the political context. *American Journal of Political Science*, 37: 391-414.

Powers, D.V. şi J.H. Cocs. 1997. Echoes from the past: the relationship between satisfaction with economic reforms and voting behavior in Poland. *American Political Science Review*, 91: 617-633.

Przeworski, A. 1991. *Democracy and the Market*. Cambridge: CUP.

Przeworski, A. 1996. Public support for economic reforms in Poland. *Comparative Political Studies* 29: 520-543.

Przeworski, A., S. Stokes şi B. Manin. 1999. *Democracy, Accountability, and Representation*. New York: Cambridge University Press.

Rupert, Mark şi M. Scott Solomon. 2006. *Globalization and international political economy: the politics of alternative futures*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Steger, Manfred B. 2002. *Globalism: the new market ideology*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.

Soros, George. 1998. *Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered*. Public Affairs.

Stokes, S. 2001. *Public Support for Market Reforms in New Democracies*. New York: Cambridge University Press.

Tucker, J. 2006. *Regional Economic Voting: Russia, Poland, Hungary, the Czech Republic, and Slovakia*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bussiness Standard. http://www.standard.ro/articles/pdf/71043.

INSOMAR. www.insomar.ro.

The state and economic development: Some new thinking. www.worldbank.org.

BCU CLUJ / BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Mass-media şi alegerile din România anului 2008

Raluca Iordănescu

În anii care au urmat căderii comunismului, mass-media din România a parcurs câteva faze de dezvoltare. Influenţa mijloacelor de comunicare în masă s-a intensificat datorită schimbărilor survenite atât la nivelul sistemului însuşi, al practicilor sale, cât şi la nivelul societăţii şi al publicului. Publicul mass-mediei a început să sufere anumite evoluţii, datorate unor factori precum deplasarea intereselor şi preferinţelor (determinată de modificări apărute la nivelul stratificării sociale, al locurilor de muncă şi al aspiraţiilor generale) şi creşterea insatisfacţiei faţă de evoluţia societăţii, a guvernării şi a situaţiei economice. Studiul de faţă constituie o examinare preliminară, concisă şi limitată a naturii, rolului şi influenţei mass-mediei în alegerile din 2008.

Importanţa mass-mediei ca sursă de informare politică şi electorală

Cu câteva luni înainte de alegerile parlamentare din noiembrie 2008, un raport de cercetare realizat de Agenţia de Monitorizare a Presei (iunie 2008) arăta că televiziunea era principala sursă de informare politică, 58% dintre respondenţi declarând că se informează prin intermediul televiziunii publice, 78% preferând televiziunea privată şi numai 30% susţinând că se informează din ziare. Pe de altă parte, trendul progresiv de pierdere a numărului de cititori în cazul presei scrise

se accelerează. Faţă de prima jumătate a anului 2008 (ianuarie-iunie), a doua jumătate (iulie-decembrie) a înregistrat un număr mai mic de publicaţii apărute şi un număr scăzut de cumpărători. Aproape toate vânzările ziarelor de referinţă au scăzut în intervalul iulie-decembrie; de exemplu, ziarul *Ziua* a avut în prima parte a anului un tiraj de 24.702 exemplare şi 15.503 cumpărători, în a doua jumătate a anului un tiraj de 21.025 de exemplare şi 12.840 de cumpărători, în acelaşi proces de scădere aflându-se şi *Jurnalul Naţional*, *Evenimentul Zilei*, *Gândul*, *Cotidianul* şi *România Liberă*[1].

Capacitatea mass-mediei româneşti de a-şi influenţa auditoriul pare să fie invers proporţională cu credibilitatea sa[2]. Din câte se pare, credibilitatea nu joacă în mod necesar un rol semnificativ în influenţa pe care o are mass-media, chiar dacă ea poate avea un oarecare rol în circulaţia presei sau în audienţa printre ascultători şi telespectatori. Imaginile prezentate prin intermediul mass-mediei şi faptul că, într-o măsură sau alta, publicul este expus zilnic pot fi mai importante decât informaţia pe care ele o oferă.

Faptul că 42% dintre respondenţii studiului realizat de Agenţia de Monitorizare declară că discută teme politice/electorale cu diverse persoane (prieteni, colegi, familie) sugerează de asemenea că efectele mass-mediei nu pot fi examinate fără a se lua în considerare interacţiunea lor cu auditoriul, aşa cum a susţinut şi Lenart (1994). Dat fiind că o majoritate covârşitoare a oamenilor sunt expuşi la mass-media, se poate presupune că aceste discuţii se concentrează asupra unor subiecte prezentate de sau prin mass-media sau asupra unora legate de experienţele sau vieţile lor – reflectate şi ele de mass-media. Considerăm că este supraevaluat efectul direct al mass-mediei în politică, deoarece nu ia în considerare „constrângerile de mediu şi contextuale în cadrul cărora mass-media interacţionează cu auditoriul" (Lenart, 1994, p. 7).

Mai mult, am putea afirma chiar că necazurile publicului, greutăţile lui reale sau imaginare şi modificarea percepţiilor sale asupra conducerii politice constituie

1. Date obţinute de pe www.paginademedia.ro.
2. În urma unui studiu realizat de Agenţia de Monitorizare a Presei (iunie 2008), se observă că, pe o scală de la 1 la 7, încrederea în mass-media reprezintă 4,53. Acelaşi studiu indică faptul că ştirile despre diverşi politicieni şi ceea ce spun jurnaliştii despre personalităţile politice au, în opinia respondenţilor, o putere mai redusă de influenţare asupra opiniilor şi comportamentelor oamenilor, în timp ce prestaţiile politicienilor la diferite talk-show-uri sunt văzute ca aproape lipsite de importanţă în privinţa influenţării indivizilor.

o sursă a procesului de configurare a agendei (*agenda setting*). Altfel spus, auditoriul trebuie să fie receptiv şi/sau să participe la informaţia, agenda şi climatul pe care, în mod conştient sau nu, mass-media încearcă să le comunice, spre a-şi realiza aceste funcţii. Diseminarea informaţiei şi capacitatea mass-mediei de a configura agenda publică sunt procese interactive derulate între mass-media şi publicul său, un drum cu două sensuri, unde e mai puţin corect să vorbeşti despre efectele mass-mediei decât despre contribuţiile sale la un dialog public în care auditoriul are un rol egal, ba poate chiar unul mai important.

În continuare, vom prezenta o trecere în revistă a dispoziţiilor şi sentimentelor publicului faţă de mediul său social, economic şi politic, servind drept context al examinării rolului şi efectelor mass-mediei în alegerile din 2008.

Televiziunea şi radioul

Politicienii, partidele şi publicul au avut la dispoziţie o reţea largă de staţii radio şi TV care să le prezinte ştiri, puncte de vedere, programe politice comerciale şi publicitate electorală. Datele statistice ale unui raport realizat de INSOMAR[1] arată că posturile radio de la care cetăţenii află cele mai multe informaţii despre ce se întâmplă în ţară şi în lume sunt Radio România Actualităţi (26%), Europa FM (20%), posturile locale (12%) şi Kiss FM (12%).

Conform unui sondaj INSOMAR, în perioada 12-17 septembrie 2008, ProTv a înregistrat o cotă a pieţei de 34%, Realitatea TV 24%, Antena 1 16%, iar TVR1 11%. Şi în timpul campaniei electorale pentru alegerile locale aceleaşi posturi de televiziune au fost preferatele publicului. În luna mai a anului 2008, ProTv a obţinut un rating de 2,4% pe zi, Antena 1 1,6%, Realitatea TV 0,7%, iar postul naţional de televiziune a obţinut un rating de 0,8%[2].

Concluziile unei analize media efectuate de Agenţia de Monitorizare a Presei în presa audiovizuală au relevat faptul că, în timpul campaniei electorale pentru alegerile locale, în perioada 2-20 mai au fost monitorizate 420 de ştiri. Postul Realitatea TV a prezentat cele mai relevante ştiri (113), în timp ce posturi cum ar fi ProTv şi Antena 1 au prezentat doar aproximativ 50 de ştiri relevante. Din totalul ştirilor, 168 au prezentat acţiuni şi evenimente asociate campaniei electorale

1. Date obţinute în perioada 12-17 septembrie 2008.
2. Date obţinute de pe www.paginademedia.ro.

(acţiuni electorale, violenţe electorale etc.). Televiziunile au acordat o atenţie şi mai mare candidaţilor pentru Primăria Generală şi Primăriile de Sector din Bucureşti, care au înregistrat 229 de apariţii în acest interval, în timp ce candidaţii din celelalte oraşe (atât pentru consiliile locale, cât şi judeţene) au cumulat 118 apariţii.

Conform studiului, pe parcursul monitorizării au fost identificate, cu precădere în jurnalele Realitatea TV, o serie de ştiri a căror provenienţă editorială a fost condiţionată de campania electorală. Materialele în cauză conţineau mesaje electorale, prezentări pozitive ale candidaţilor, precum şi atacuri la adresa contra-candidaţilor. De asemenea, vocile care asigurau comentariile audio ce însoţeau imaginile difuzate erau identice cu cele ce puteau fi găsite în materialele de promovare produse de candidaţi şi difuzate de obicei în cadrul emisiunilor electorale.

În luna mai, Traian Băsescu a fost cel mai vizibil actor politic atât în ştirile TV, cât şi în presa scrisă[1]. Cei mai vizibili candidaţi în perioada campaniei au fost cei de la PD-L, urmaţi de PSD şi PNL. Raportul realizat de Agenţia de Monitorizare a Presei a arătat că postul Realitatea TV a favorizat anumiţi candidaţi, prezentând în jurnalele sale de ştiri o serie de materiale cu ton deosebit de pozitiv. Potrivit analizei, realizarea tehnică a ştirilor politice difuzate şi discursul „jurnalistic" adoptat aveau evidente valenţe propagandistice[2]. În primele trei săptămâni ale campaniei au fost promovaţi candidaţi ai Partidului Noua Generaţie (Marian Oprea, Mihai Becheanu şi Robert Ionescu), iar în ultima săptămână de campanie s-a diversificat apartenenţa politică a candidaţilor promovaţi (Neculai Onţanu – PSD, Vasile Blaga şi Răzvan Murgean – PD-L, Ludovic Orban – PNL şi Sergiu Sechelariu – candidat independent Bacău).

Datele statistice ale Institutului „Ovidiu Şincai"[3] întăresc rezultatele obţinute de Agenţia de Monitorizare a Presei. În timpul campaniei s-a observat un grad ridicat de partizanat transformat în militantism al mass-mediei din România. Trustul Realitatea Media (Realitatea TV, *Cotidianul*, Newsin) a devenit principalul agent electoral al PD-L, partidul „prezidenţial". În trustul Realităţii s-a remarcat

1. Conform unui raport realizat de Agenţia de Monitorizare a Presei în perioada 2-31 mai, Traian Băsescu a înregistrat 102 apariţii la televiziune şi 105 în presa scrisă.
2. În perioada campaniei electorale, au fost identificate 21 de materiale de acest gen.
3. Raport realizat în luna iunie.

o adevărată competiţie între jurnalişti pentru susţinerea lui Traian Băsescu şi a candidaţilor PD-L. Din aceeaşi tabără fac parte şi postul B1 TV, şi ziarele *România Liberă*, *Ziua*, *Evenimentul Zilei* şi *Curierul Naţional*. De partea Partidului Social Democrat s-a aflat grupul de presă Intact (Antena 1, Antena 2, Antena 3, *Jurnalul Naţional*), manifestându-se critic faţă de Traian Băsescu şi PD-L. Postul de televiziune Pro TV a evitat să se implice partizan în campania electorală, organizând doar două emisiuni electorale.

Unul dintre punctele pozitive ale campaniei electorale pentru alegerile locale l-a reprezentat faptul că legea a permis publicitatea electorală gratuită la radio şi TV. Conform legii, clipurile electorale erau repartizate în mod gratuit şi egal în timpul campaniei. Odată cu introducerea votului uninominal, campania electorală a alegerilor parlamentare în audiovizual s-a desfăşurat pentru prima dată pe bani, candidaţii la Parlamentul României trebuind să plătească pentru a participa la emisiunile şi dezbaterile electorale organizate de posturile TV şi radio private. Accesul gratuit la serviciile publice de radio şi televiziune se face proporţional cu numărul de candidaturi propuse[1].

Presa scrisă

Odată cu intrarea în perioada electorală, presa scrisă a oferit o diversitate de articole, concepute şi prezentate într-o manieră încă „protoprofesională", adică incluzând puncte de vedere unilaterale, informaţii neverificate, absenţa surselor şi intervenţia directă a opiniilor jurnaliştilor. Credibilitatea presei a scăzut de la sfârşitul anilor '90, datorită prezentării partizane, prezentării neobiective şi ineficienţei în determinarea reacţiilor majore şi de substanţă în rândul cititorilor sau din partea altor canale mediatice.

Presa scrisă figurează în partea inferioară a ierarhiei canalelor mediatice din punctul de vedere al influenţei exercitate. Reacţiile negative şi permanentele acţiuni îndreptate împotriva presei scrise de către oficialităţi şi politicieni au contribuit şi ele la micşorarea influenţei acesteia. Presa locală este mult mai citită, conform sondajului INSOMAR din perioada 12-17 septembrie 2008, ziarele din care cetăţenii află cele mai multe informaţii despre ceea ce se întâmplă în ţară fiind în general cotidienele locale (34%), urmate de cele naţionale: *Libertatea* (20%),

1. Legea electorală nr. 35 din martie 2008.

Jurnalul Naţional (14%), *Evenimentul Zilei* (11%), *România Liberă* (4%), *Gândul* (2%), *Ziarul Financiar* (3%) şi *Realitatea Românească* (1%). Fiecare dintre ele se autointitulează „independent", dar are un partid politic şi un politician favorit (sau un grup de politicieni) ori o anumită direcţie politică în mod clar definită şi care se exprimă atât în editoriale şi comentarii, cât şi în maniera sau stilul jurnalismului practicat. Alt argument foarte important care arată gradul de informare redus al presei scrise este acela că televiziunea surclasează net ca audienţă presa scrisă. De multe ori, subiectele tratate în presa scrisă pornesc de la ştirile prezentate la televizor. Pentru public, televiziunea reprezintă principalul canal de informare, consumatorii preferând apariţiile live în locul celor din presa scrisă, ştiind că majoritatea ştirilor care apar în ziare se regăsesc şi la TV.

De exemplu, în campania electorală din toamna lui 2008, unele cotidiene au avut o atitudine partizană faţă de anumiţi lideri politici, iar altele nu s-au implicat în campanie. În ziare de tip tabloid, precum *Atac* şi *Libertatea*, nu au apărut articole cu mesaje negative la adresa Elenei Udrea, ci doar ştiri neutre sau articole cu „dedicaţie". În momentul în care alte ziare scriau articole în care criticau acţiunile de campanie ale candidatei, în ziarele menţionate anterior[1], Elena Udrea avea posibilitatea fie de a răspunde la aceste atacuri, fie de a lansa teme noi de campanie. Iar unul dintre principalele cotidiene, *Adevărul*, a alocat zilnic în timpul campaniei o singură pagină de politică, cuprinzând doar informaţii de larg interes, netratând subiecte politice pe prima pagină şi abţinându-se de la a sugera în orice fel cititorilor „binele" şi „răul" din zona politică, pe fondul scăderii interesului cititorilor faţă de acest tip de dezbatere.

Conform monitorizării presei scrise naţionale realizată de INSOMAR, în perioada 20-26 septembrie 2008, în cotidienele naţionale au apărut 18 articole cu referinţă la adresa liderului PD-L, Elena Udrea, dintre care patru articole conţineau ştiri politice referitoare la poziţiile adoptate de omul politic, în timp ce restul de 14, în loc să ofere informaţii cu privire la priorităţile candidatului, prezentau acţiunile candidatei (tricotatul în direct la TV, datul cu mopul şi împărţirea sarmalelor), încercând prin afirmaţii să ironizeze postura candidatei de „femeie casnică", ce încerca să devină populară, dorind astfel să-i afecteze imaginea de lider politic.

1. În *Atac*, 22 septembrie 2008, Elena Udrea era deranjată de „ipocrizia" celor care „îi refuză normalitatea".

Agenda publică *versus* agenda presei

Conform unui sondaj INSOMAR (octombrie 2008), problemele principale pe care populaţia le consideră prioritare pentru ca viitorul guvern să le rezolve sunt cele care se referă la: *salarii*, *preţuri*, *sănătate*, *corupţie*, *educaţie*, *drumuri* şi *autostrăzi*, *securitatea cetăţenilor*, *politica externă*.

În urma analizei de presă din perioada 1-20 noiembrie 2008 realizată de INSOMAR, se observă că temele principale prezentate în cinci cotidiene naţionale[1] pe parcursul campaniei electorale sunt: *criza financiară*, *salariile profesorilor*, *creşterea pensiilor şi a salariilor*, *problema suspendării preşedintelui Traian Băsescu*, *amnistia fiscală propusă de Mircea Geoană*, *sondajele*, *locuinţele sociale*, *locurile de muncă*, *domeniul energiei şi cel al autostrăzilor*, *cota unică de impozitare* (vezi figura 1).

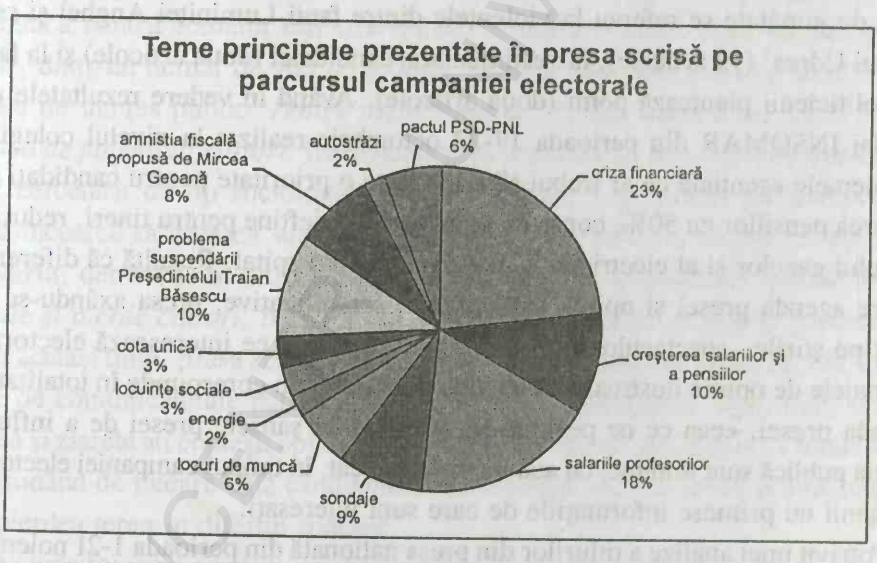


Figura 1. *Teme principale prezentate în presa scrisă pe parcursul campaniei electorale*

Există unele inadvertenţe între agenda populaţiei şi agenda presei, între problemele pe care populaţia le consideră importante şi subiectele prezentate de

1. *Gândul*, *Ziua*, *Cotidianul*, *România Liberă*, *Jurnalul Naţional*.

presă. În timpul campaniei, aceasta a scris mai mult despre acţiunile liderilor politici, despre poziţiile critice favorabile sau nefavorabile pentru unii candidaţi, a publicat numeroase sondaje de opinie, a vorbit mai mult despre relaţiile dintre partide şi liderii politici, punctând mai puţin temele de interes naţional, cum ar fi preţurile, corupţia, educaţia, confirmând premisa de la care am plecat în acest studiu, şi anume că presa scrisă nu răspunde la aşteptările cititorilor, ci mai degrabă încearcă să le influenţeze comportamentul la vot (pe durata campaniilor electorale).

În timpul campaniei electorale, presa scrisă a pus accentul mai mult pe elementele spectaculoase, luptele de stradă între staffurile de campanie, „pomenile electorale", elementele de mondenitate privind candidaţii, şi mai puţin pe informaţiile legate de oferta partidelor şi de platformele politice susţinute de candidaţi. Din datele analizei, putem afirma că în săptămâna 8-14 noiembrie s-au identificat 26 de articole care o aveau ca subiect pe candidata Elena Udrea. Dintre ele, mai mult de jumătate se referau la violenţele dintre fanii Luminiţei Anghel şi cei ai Elenei Udrea[1] (13 articole), la vestimentaţia candidatei (două articole) şi la faptul că politicienii plantează pomi (două articole). Având în vedere rezultatele unui sondaj INSOMAR din perioada 17-22 octombrie realizat la nivelul colegiilor, problemele esenţiale ce ar trebui să reprezinte o prioritate pentru candidaţi sunt mărirea pensiilor cu 50%, construirea de locuinţe ieftine pentru tineri, reducerea preţului gazelor şi al electricităţii, construcţia unui spital. Rezultă că diferenţele dintre agenda presei şi opinia publică sunt semnificative, presa axându-se mai mult pe ştirile „spectaculoase", şi mai puţin pe ceea ce interesează electoratul. Sondajele de opinie ilustrează că agenda publicului nu corespunde în totalitate cu agenda presei, ceea ce ne permite să afirmăm că şansele presei de a influenţa opinia publică sunt minime, cu atât mai mult cu cât, în timpul campaniei electorale, cetăţenii nu primesc informaţiile de care sunt interesaţi.

Potrivit unei analize a titlurilor din presa naţională din perioada 1-21 noiembrie 2008, observăm că teme importante pentru electorat precum majorarea salariilor profesorilor şi a pensiilor nu au fost intens mediatizate. Deşi pensionarii sunt cei mai fideli alegători, în perioada menţionată nu au existat în presă articole

1. Exemple: *Ziua*, 10 noiembrie, „Păruială în colegiul lui Udrea"; *Libertatea*, 12 noiembrie, „Politicienii se întrec în plantat copăcei"; *Cotidianul*, 9 noiembrie, „Elena Udrea a venit la *Cotidianul* dotată cu un diamant imens".

referitoare la majorarea pensiilor (doar articole legate de Legea pensiilor parlamentarilor). Tema salariilor profesorilor a fost dezbătută în presă în perioadele 3-6 noiembrie, 9-13 noiembrie şi 17-21 noiembrie. O precizare importantă în acest sens se referă la faptul că, în ultima perioadă a analizei, în săptămâna 15-21 noiembrie, acest subiect nu a apărut decât în două publicaţii[1], spre deosebire de prima parte a analizei, în care acest subiect a fost mediatizat în majoritatea cotidienelor naţionale. Astfel, am găsit un motiv în plus să afirmăm că presa scrisă nu răspunde în totalitate la aşteptările publicului (pensionarii, care sunt cei mai interesaţi de majorarea veniturilor, această temă reprezentând o prioritate pentru ei în campania electorală, nu au găsit informaţii, iar profesorii, care au fost o adevărată miză pentru unii actori politici în campania electorală, au fost uitaţi de presă în ultima perioadă analizată). Mai mult, deşi într-un sondaj realizat de INSOMAR (6 octombrie 2008) problemele majore pentru opinia publică erau creşterea preţurilor, creşterea şomajului, scăderea veniturilor şi dispariţia locurilor de muncă pentru românii din străinătate, în urma analizei titlurilor din presa scrisă, dintr-un număr de 963 de articole monitorizate, nici unul nu se referă la temele de interes public. *Pentru presa română, opinia publică nu reprezintă o resursă de potenţiali cititori*, fructificată prin intermediul tehnicilor de marketing şi al cercetării de tip sociologic. Supralicitându-şi capacitatea de manipulare, presa încearcă să impună subiectele sale pe agenda publică, cu efecte, aşa cum am văzut, derizorii. În ultimă instanţă, *presa pierde de două ori, pierde credibilitate şi pierde cititori, în acest joc cu suma nulă purtat cu opinia publică.*

În acelaşi timp, presa scrisă a adus la cunoştinţa cititorilor săi un număr foarte mare de comunicate ale partidelor politice şi ale candidaţilor. Mai mult, televiziunea şi ziarele au copleşit opinia publică cu rezultate ale anchetelor şi sondajelor, menţionând de fiecare dată când anume un candidat sau un partid politic câştiga sau pierdea teren în diferite sondaje.

În ciuda folosirii ziarelor drept sursă de informare, conform anchetei Agenţiei de Monitorizare a Presei, acestea nu au influenţat aproximativ 60% dintre respondenţi, au avut o mică influenţă asupra a aproximativ 29% şi o mare influenţă doar asupra a aproximativ 4% dintre cititori. Se poate afirma că, în campania din 2008, ziarele au amplificat şi au confirmat starea de spirit şi

1. *România Liberă*, *Curentul*.

sentimentele cititorilor prin descoperirea cazurilor de corupţie şi prezentarea partizană a candidaţilor şi a partidelor.

Concluzii

În urma analizei, se poate afirma că presa scrisă nu este percepută ca un factor de influenţă esenţial asupra electoratului aşa cum uneori se afirmă, autoreferenţial, în mod nejustificat (considerându-se că presa scrisă are puterea de a influenţa dezbaterile şi de a modifica deciziile politice). Deşi se încearcă o influenţare a electoratului prin intermediul presei scrise, mesajele cu influenţe pozitive sau negative au un impact minim asupra publicului cititor, aceasta şi datorită rolului echidistant pe care cetăţenii îl atribuie presei libere. De asemenea, în cadrul studiului efectuat, s-a văzut că există o neconcordanţă între agenda populaţiei şi agenda presei, ziarele scriind în timpul campaniei mai mult despre relaţiile dintre partidele politice şi liderii politici, acţiunile de campanie ale politicienilor, poziţiile critice favorabile sau nefavorabile la adresa candidaţilor şi mai puţin despre ceea ce ar fi vrut să ştie alegătorul, cititorii fiind mai interesaţi de teme cum ar fi preţurile, corupţia şi educaţia.

S-a putut observa că, în timpul campaniei electorale pentru alegerile locale, candidaţii din capitală s-au bucurat de o mediatizare mai largă faţă de ceilalţi combatanţi. Potrivit celor spuse, se poate concluziona că în timpul campaniei electorale nu a existat un grad mare de influenţă asupra publicului, atât timp cât nu a existat o mediatizare egală şi unitară la nivelul întregii ţări. O noutate a campaniei electorale a anului 2008 a fost reprezentată de introducerea votului uninominal şi de schimbările produse de acesta. Faţă de campania alegerilor locale, în care candidaţii şi partidele politice beneficiau de o campanie gratuită şi egală, campania electorală a alegerilor parlamentare a suferit modificări, candidaţii fiind nevoiţi să plătească pentru a participa la emisiunile şi dezbaterile electorale organizate de posturile de televiziune private.

În încheierea acestui capitol, putem afirma că atât rolul, cât şi eficacitatea mass-mediei în politică – în special într-o perioadă electorală – sunt determinate de atitudinea publicului, un public ce s-a dovedit receptiv la informaţie, activ în formarea aşa numitei *agenda setting* şi reactiv la opiniile exprimate de

mass-media. În acest sens, se poate spune că, treptat, publicul român de presă se configurează într-o sferă publică, devenind un participant activ în dezbaterile care au dominat campania electorală din noiembrie 2008[1].

P.d.v.p - ? Întrebări - ?

Bibliografie

Lenart, Silvo. 1994. *Shaping political Attitudes*. Thousand Oaks, CA : Sage.

1. Pentru o definiţie a conceptului de *sferă publică*, vezi Jürgen Habermas, *Sfera publică şi transformarea ei structurală*, Comunicare.ro, 2005.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Absenteism electoral în România

Claudiu Ivan

Introducere

Absenteismul electoral a atins, în cadrul alegerilor parlamentare din anul 2008, cel mai ridicat nivel din istoria democratică a României posttotalitariste. Una dintre mizele importante ale studierii acestui fenomen social este identificarea efectului (posibil) asupra configuraţiei rezultatelor finale ale scrutinului[1]. Anul electoral 2008 a marcat o premieră pe piaţa sondajelor politice, prin abordarea dual㠹 a estimărilor preelectorale, în sensul în care unele institute de cercetare a opiniei publice au raportat două tipuri de rezultate pe baza aceloraşi sondaje: unele care arătau date extrase din întregul eşantion de respondenţi chestionaţi şi altele care prezentau date obţinute doar la nivelul acelor respondenţi cu intenţie sporită de a merge la vot. Discursul public a invocat explicit pentru prima oară absenteismul ca o cauză a eşecului în alegeri[2]. În acest cadru ne propunem să cercetăm care sunt mecanismele ce îi determină pe electori să absenteze de la vot şi în ce măsură preferinţele electorale sunt diferite în rândul absenteiştilor comparativ cu cei prezenţi la vot. În acest sens, ne vom folosi de datele unui sondaj de opinie realizat de INSOMAR la mijlocul lunii octombrie[3], pe un eşantion de 1.243 de subiecţi, reprezentativ la nivel naţional în marja de eroare maximă de ±3%, la un nivel de probabilitate de 95%.

1. O altă miză ţine de legitimitatea actului democratic al guvernanţilor, temă pe care nu o vom aborda în acest capitol.
2. Vasile Blaga în competiţia pentru Primăria Bucureştiului.
3. Datele din teren au fost culese în perioada 10-14 octombrie.

BCU BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

De la început trebuie să precizăm clar limitele acestui demers. În primul rând, există o eroare sistematică, constantă, a tuturor sondajelor preelectorale din România (dar şi din spaţiul occidental), care constă în supraestimarea participării la vot (deşi există cazuri în spaţiul occidental când rata de participare la vot a fost subestimată). Practic, normativitatea socială care prescrie actul de a vota ca fiind pozitiv îi determină pe unii respondenţi să susţină că vor participa la scrutin, deşi, de fapt, nu vor manifesta acest comportament civic. Unii autori au estimat că, în România, eroarea de supraestimare prin sondaj a participării la scrutin este de 15-20%. Este aşadar practic imposibil să realizezi, pornind de la datele sondajului, o estimare exactă a procentului de participanţi la vot şi, mai important, a respondenţilor sondajului care vor merge realmente la vot. În al doilea rând, o limită a studiului pe care îl derulăm ţine de momentul realizării sondajului, la două săptămâni distanţă de momentul scrutinului, fapt pentru care încercarea de a compara rezultatele estimate cu cele finale este eronată. Este evident că, în perioada de timp cuprinsă între începerea colectării datelor în teren şi ziua votului, „precipitarea" scenei politice a dus la redefiniri ale opţiunilor şi intenţiilor de vot. Având în vedere aceste limite de principiu, invităm cititorul să considere cu precauţie rezultatele care vor fi prezentate.

Decizia de participare la vot – abordări teoretice complementare

Analiza absenteismului, dincolo de paradigma alegerii raţionale ale cărei limite au fost evidenţiate fără echivoc (Riker şi Ordeshook, 1968 ; Gigerenzer şi Selten, 2001), a fost abordată în maniere ce au surprins aspecte complementare ale fenomenului, determinând un proces analitic asemănător reconstruirii unui joc de puzzle (Abramson şi Aldrich, 1982). În viziunea noastră, decizia cetăţenilor de a participa sau nu la scrutin poate fi analizată ştiinţific adecvat, urmând direcţiile prezentate mai jos :

1. *Absenteismul, înţeles ca decizie umană bazată pe „definiţia socială a situaţiei"*. În acord cu această perspectivă, individul îşi defineşte situaţia socială specifică într-o cheie de interpretare particulară prin apelul la simboluri, semnificaţii, ritualuri, percepţii şi scheme cognitive. Scrutinul este o situaţie socială pe care oamenii o investesc cu sens specific şi în baza căruia iau decizia de a participa sau nu la vot. Bulai (1999, pp. 27-30) consideră că elementele prin care

votul devine semnificativ pentru individ sunt atitudinea slab raţională faţă de acesta[1], o normativitate imperativă în raport cu votul (a vota ca datorie civică, de exemplu) şi asocierea de către individ a problemelor proprii cu un actor politic. Alţi autori, într-o abordare mai complexă, au considerat că elementele relevante pentru procesul de definire socială a situaţiei electorale pot fi sintetizate pe trei nivele distincte, după cum urmează:

Figura 1. *Definirea situaţiei electorale (adaptare după Franklin, 2004)*

Punctul forte al unei astfel de abordări este că se concentrează asupra modului în care elementele câmpului electoral se reflectă în subiectivitatea umană, conducând în final la decizia de a participa sau nu la vot. Ceea ce scapă însă acestei abordări este descrierea mecanismelor sociale, extraindividuale, ce determină individul să definească într-un anumit fel participarea la scrutin.

2. *Explicaţii care pun în centrul lor socializarea ca proces fundamental* (Franklin, 2004). Conform acestora, indivizii îşi însuşesc în procesul socializării şi norma participării la vot ca un dat firesc al vieţii sociale. Instanţe de socializare sunt, în acest sens, familia şi şcoala. Unele studii au pus în evidenţă faptul că persoanele care au participat cel puţin o dată la scrutinul electoral au o probabilitate sporită de a participa şi în viitor, iar cele care au absentat au tendinţa de a persista în acest comportament, devenind imune la apelul civic (Butler şi Stokes, 1974). În acest cadru, cetăţeanul îşi reprezintă prezenţa la urne ca un act ritualic ce trebuie dus până la capăt, deoarece „aşa este necesar", fiind investit cu sensuri pozitive şi invocându-se argumentul conform căruia prezenţa la vot este o datorie civică, specifică democraţiei[2].

1. Pe baza unui calcul strict raţional, am ajunge la concluzia că nu are rost să votăm atât timp cât votul nostru practic nu contează (nu poate influenţa rezultatele finale ale alegerilor).
2. Un sistem de organizare ce întruneşte acceptabilitatea socială.

3. *Mobilizarea – explicaţie a participării electorale* (Franklin, 2004). Mecanismul social constă în faptul că electorii, ca membri sau susţinători ai unor asociaţii sau organizaţii civice ori partide, devin „expuşi" persuasiunii acestora în sensul participării la scrutin. Practic, decizia de a merge la vot este luată sub înrâurirea directă a liderilor de partide, de organizaţii, a colegilor sau grupurilor din care electorii fac parte. Liderii de opinie, cu autoritate informală, persoane cu charismă din cadrul grupurilor de care electorii aparţin sau către care manifestă afinitate pot genera şi ei o astfel de influenţă (Lazarsfeld, 2004). Aceasta este situaţia votanţilor din mediul rural românesc. Sociologilor familiarizaţi cu realitatea satului le este cunoscută influenţa şi autoritatea exercitată de câteva persoane în comunitatea rurală, cum ar fi preotul, primarul, profesorii şi fruntaşii. Prin intermediul acestora, mecanismul de mobilizare la vot este mult mai eficient decât în comunităţile urbane, unde reţelele de autoritate sunt mai disipate.

4. *Resursele individuale ale electorilor* (LeDuc, 2002). Această dimensiune de analiză în explicarea absenteismului a testat gradul de asociere între diverse caracteristici sociodemografice cu decizia de a participa sau nu la vot, încadrându-se în categoria studiilor de geografie electorală.

Date şi metodologie

Ne-am propus să rafinăm modul în care surprindem respondenţii din sondaj care vor absenta de la scrutin şi să identificăm profilul celor care intenţionează să voteze faţă de cei care absentează. În acest sens, am construit un model de regresie logistică binomială (Agresti, 1996), prin care am comparat respondenţii care declară că sigur vor veni la vot, cu cei care declară că este puţin probabil, că sigur nu vin la vot sau că încă nu s-au hotărât[1]. Am creat astfel o variabilă dihotomică ce împarte respondenţii în funcţie de intenţia lor de a participa la scrutin. Modelul de regresie include variabile explicative pentru care există temeiuri teoretice sau evidenţe empirice că sunt puternic asociate cu intenţia de participare la scrutin sau variabile sociodemografice uzual invocate în analizele câmpului electoral (vezi tabelul 1).

1. Am exclus din comparaţie grupul de respondenţi care declară că probabil vor merge la vot. Am luat această decizie pentru a obţine două grupuri mai antagonice în funcţie de intenţia de a participa la scrutin.

Rezultatele evidenţiază mecanismele care stau în spatele intenţiei de participare la vot. Persoanele care nu discută niciodată despre politică sau politicieni cu familia şi apropiaţii au intenţia mult mai evidentă de a absenta la vot comparativ cu persoanele care discută cel puţin ocazional, des sau mai ales foarte des (zilnic)[1]. Este firesc, deoarece conectarea la evenimentele scenei politice, internalizarea simbolisticii care caracterizează câmpul electoral, a antagonizării competitorilor politici dau sens actului de a vota, iar cetăţeanul atribuie un rost prezenţei sale la urne.

Mai departe, persoanele care manifestă o neîncredere endemică, structurală în oamenii politici (acei electori care au declarat că au încredere mică sau foarte mică în toţi oamenii politici care i-au fost prezentaţi) sunt mult mai înclinaţi să absenteze comparativ cu cei care au cel puţin un actor politic pe care îl investesc cu încredere mare sau foarte mare. Neîncrederea în politicieni este o reflecţie a hiatusului dintre populaţie şi clasa politică, a percepţiei că decizia politică nu ţine cont de interesul masei de electori; pe acest fond de percepţie este firesc să se manifeste absenteismul.

Electorii care au apreciat foarte mult sau cel puţin moderat primarul ales din localitatea lor au avut o tendinţă mai accentuată de a declara că intenţionează să participe la scrutin, comparativ cu cei care nu îl apreciază deloc pe primarul din localitate. Acest fapt sugerează în primul rând capacitatea majoră a primarului din localitate de a mobiliza la vot electorii şi de aici miza electorală deosebită a culorii politice a primarului la alegerile parlamentare din 2008.

Tabelul 1

1– nu va vota; 0 – va vota[2]	B	SE	Wald	Sig.	Exp(B)
Discută zilnic despre politică	–2,310	0,434	28,297	0,000	0,099***
Discută des despre politică	–1,417	0,283	24,991	0,000	0,243***
Discută ocazional despre politică	–1,164	0,230	25,720	0,000	0,312***
Încredere în cel puţin o personalitate politică	–1,507	0,284	28,115	0,000	0,222***

1. Pentru toate relaţiile de asociere prezentate aici au fost controlate efectele celorlalte variabile incluse în model cu scopul de a evita relaţiile de asociere false. Un exemplu concret îl reprezintă relaţia dintre variabila referitoare la frecvenţa discuţiilor pe teme politice şi intenţia de participare la scrutin, care a fost filtrată de influenţa altor variabile, cum ar fi educaţia, care putem estima că este în relaţie de asociere cu ambele variabile menţionate anterior.
2. Modelul a generat 8,6% *missing cases* (78 de cazuri) din totalul celor incluse în analiză; modelul nu a necesitat eliminarea *outliers*.

Apreciază foarte mult primarul din localitatea sa	-0,629	0,265	5,610	0,018	0,533*
Apreciază moderat primarul din localitatea sa	-0,446	0,251	3,161	0,075	0,640+
A participat la localele din 2008 şi s-a hotărât dacă va alege sau nu acelaşi partid	-2,804	0,294	90,755	0,000	0,061***
A participat la localele din 2008, dar e nehotărât/nu ştie dacă va alege acelaşi partid	-1,672	0,309	29,220	0,000	0,188***
Vârsta de 35-49 de ani	-0,122	0,279	0,191	0,662	0,885
Vârsta de 50-64 de ani	-0,442	0,321	1,890	0,169	0,643
Vârsta de peste 64 de ani	-0,613	0,427	2,058	0,151	0,542
Educaţie : liceu sau şcoală postliceală	-0,483	0,244	3,909	0,048	0,617*
Educaţie universitară	0,442	0,390	1,285	0,257	1,556
Bărbaţi	0,067	0,202	0,111	0,739	1,070
Patroni, liber-profesionişti, şefi, specialişti	0,058	0,463	0,016	0,900	1,060
Angajat în muncă nemanuală, agricultori	0,929	0,407	5,208	0,022	2,533*
Muncitori calificaţi şi necalificaţi	0,702	0,353	3,946	0,047	2,018*
Şomeri, casnice	0,109	0,410	0,071	0,790	1,116
Elevi, studenţi	-0,113	0,576	0,038	0,844	0,893
Rezidenţi în rural	-0,246	0,221	1,248	0,264	0,782
Banii nu le acoperă strictul necesar	0,243	0,287	0,715	0,398	1,275
Banii abia le ajung de pe o zi pe alta	-0,010	0,245	0,002	0,969	0,991
Rezidenţi în Muntenia	0,100	0,295	0,115	0,735	1,105
Rezidenţi în Transilvania	0,495	0,296	2,797	0,094	1,640+
Rezidenţi în Bucureşti	0,976	0,403	5,864	0,015	2,653**
Constant	3,559	0,654	29,602	0,000	35,131

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; + $p \leq 0,10$.

Categoriile de referinţă : discută foarte rar sau niciodată politică, nu are încredere în nici o personalitate politică, nu apreciază deloc primarul ales în localitatea sa, nu a participat la alegerile locale din 2008, vârsta de 18-34 de ani, educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională, sex feminin, pensionari, rezidenţă urbană, banii câştigaţi sunt suficienţi, rezidenţă în Moldova.

R^2 (Cox & Snell) = 33,4% ; R^2 (Nagelkerke) = 47,2% ; sig. $\chi 2$ (omnibus test) = 0,000 ; sig. $\chi 2$ (Hosmer and Lemeshow Test) = 0,252.

În continuare, persoanele care au votat la alegerile locale din 2008 au fost înclinate în mai mare măsură să declare că vor participa la scrutinul pentru alegerile parlamentare din 2008, comparativ cu cele care nu au participat. Participarea la scrutin este şi un act de socializare, de însuşire a unui comportament social dezirabil şi, în acelaşi timp, este un comportament care stimulează individul să îşi definească situaţia electorală în termeni de mize, actori principali, rostul votului etc. – fapt care predispune la reactivarea participării la scrutin în contextul unei campanii electorale ulterioare.

Ocupaţia este o altă variabilă care se asociază semnificativ cu intenţia de participare la vot. Astfel, persoanele care prestează muncă nemanuală (nu au studii superioare), agricultorii şi muncitorii calificaţi sau necalificaţi sunt mai înclinaţi să absenteze de la vot, comparativ cu pensionarii. Rezidenţii din Bucureşti şi Transilvania declarau că intenţionau să absenteze la scrutinul din 2008 în mai mare grad decât cei din Moldova. Nu există diferenţă semnificativă între munteni şi moldoveni. În sfârşit, persoanele cu educaţie medie au o tendinţă mai mare de a merge la vot, comparativ cu cele care au absolvit cel mult zece clase sau şcoală profesională.

Percepţia asupra venitului, mediul de rezidenţă, vârsta şi sexul nu produc diferenţieri în ceea ce priveşte intenţia de participare la scrutin.

O altă remarcă ce trebuie făcută pe baza acestor rezultate este că pentru intenţia de participare la vot, mecanisme precum obiceiul de a fi angrenat în discuţii politice, aprecierea primarului din localitate sau participarea la un scrutin anterior sunt mai importante decât variabilele sociodemografice. Astfel, intensitatea relaţiei dintre variabilele sociodemografice şi intenţia de participare la scrutin scad atunci când controlăm în funcţie de : frecvenţa cu care respondenţii abordează teme politice cu cei din proximitate, încrederea în politicieni şi aprecierea primarului. Atunci când am realizat regresia fără a include frecvenţa discuţiilor politice, încrederea în politicieni, aprecierea primarului şi participarea la scrutinul anterior, valorile relaţiei de asociere dintre intenţia de vot şi variabilele sociodemografice erau superioare. Mediul de rezidenţă rural/urban era semnificativ (cei din rural intenţionau să absenteze mai puţin), la fel şi vârsta (persoanele cu vârsta de 50-64 de ani aveau o propensiune mai slabă de a absenta la scrutin, comparativ cu persoanele tinere, de 18-34 de ani) sau educaţia, dar, după ce controlăm efectul frecvenţei discuţiei asupra temelor politice, încrederea în politicieni şi aprecierea primarului din localitate, acestea devin nesemnificat

sau semnificaţia asocierii scade. Acest fapt dovedeşte că o analiză a distribuţiei prezenţei la vot doar pe baza variabilelor sociodemografice reprezintă cumva doar partea de la suprafaţa apei a unui aisberg, pentru o imagine completă a mecanismului electoral fiind necesară derularea unei analize menite să surprindă şi relaţia dintre fenomene sociale mai complexe care îşi pun amprenta asupra deciziei electorilor de participare la scrutin.

În concluzie, putem spune, pe baza analizei, că persoanele cele mai înclinate să absenteze la alegerile parlamentare din 2008 au fost cele care discută foarte rar sau niciodată pe teme politice, au încredere mică sau foarte mică în toţi oamenii politici importanţi din România, nu apreciază deloc primarul ales în 2008 în localitatea lor, nu au participat la alegerile locale din 2008, au absolvit cel mult zece clase sau o şcoală profesională, au o profesie ce presupune muncă nemanuală (dar fără studii superioare) şi locuiesc în Bucureşti sau în Transilvania.

Absenteismul, o metodă rafinată de estimare pe date de sondaj

Analiza anterioară ne permite să construim un instrument mai rafinat de estimare a probabilităţii de participare la scrutin a respondenţilor din sondaj. Astfel vom folosi, pe lângă itemul care măsoară intenţia respondenţilor de a participa la scrutin[1], şi itemii care s-au dovedit în relaţie puternică de asociere cu acesta. Primul dintre aceştia a surprins frecvenţa cu care respondentul discută subiecte politice cu cei din proximitatea lui[2]. Al doilea este clasic, vizând gradul de încredere în principalii actorii politici. Am creat un item nou prin care am împărţit respondenţii în două categorii: cei care manifestă un nivel de încredere

1. În sondajul la care facem referire, itemul a fost următorul: *Intenţionaţi să mergeţi la vot la alegerile parlamentare din această toamnă ?* cu variantele de răspuns: 1) cu siguranţă da; 2) probabil da, depinde de împrejurări; 3) foarte puţin probabil; 4) cu siguranţă nu; 5) nu m-am hotărât încă; 6) NS/NR.
2. Itemul exact a fost următorul: *Cât de des discutaţi despre politică sau politicieni cu oameni din jurul dumneavoastră (familie, prieteni, vecini, colegi de serviciu) ?*.

mic sau foarte mic *faţă de toţi politicienii despre care au fost întrebaţi*[1] şi cei care au, cel puţin faţă de un anumit politician, un grad de încredere mare sau foarte mare. Astfel, am surprins acei electori care au o neîncredere endemică, structurală, faţă de oamenii politici în general. Un al treilea item folosit în estimarea probabilităţii vizează aprecierea primarului din localitatea de rezidenţă[2]. În fine, ultimul item surprinde electorii care au participat sau au absentat la scrutinul electoral de la alegerile locale[3].

Am ales aceste întrebări din motive bine întemeiate. În primul rând, acestea manifestă o asociere semnificativă, puternică, cu întrebarea vizând intenţia de a participa la scrutin. În al doilea rând aceste întrebări se asociază slab cu unele variabile sociodemografice (educaţia, vârsta etc.)[4] şi diminuează riscul erorilor în estimarea distribuţiei voturilor la nivelul actorilor politici. În al treilea rând, avem motive teoretice puternice să considerăm că persoanele care discută des politică sunt interesate de ceea ce se întâmplă în câmpul electoral sau persoanele care manifestă un nivel mai ridicat de încredere în actorii politici şi cele care au votat la alegerile electorale anterioare sunt mai predispuse la a participa la scrutin comparativ cu ceilalţi.

1. Lista cu oamenii politici asupra cărora respondenţii şi-au exprimat părerea este următoarea: Traian Băsescu, Călin Popescu Tăriceanu, Theodor Stolojan, Mircea Geoană, Corneliu Vadim Tudor, Gigi Becali, Emil Boc.
2. În chestionar, itemul a avut următoare formă: *Cât de mult îl apreciaţi pe primarul recent ales în localitatea dvs.?* a) foarte mult; b) oarecum; c) deloc; d) NS/NR.
3. Pentru a surprinde respondenţii care au votat la alegerile locale din 2008 am folosit itemul *La alegerile din această toamnă sunteţi hotărât să votaţi pentru acelaşi partid pentru care aţi votat la alegerile locale din iunie la Consiliul Local ?* . Cei care au răspuns „da", „nu" sau „nu sunt hotărât încă, nu ştiu" au votat, dar diferă gradul de hotărâre asupra preferinţei electorale, cei care au răspuns „nu am votat" au absentat la alegerile locale.
4. Din acest motiv nu am inclus itemi referitori la gradul de informare al respondentului despre scena politică printre cei pe baza cărora am realizat estimarea probabilităţii de a merge la vot.

Efectele absenteismului asupra rezultatelor scrutinului

Vom putea indica astfel probabilitatea fiecărui respondent la sondaj de a fi participat la alegerile parlamentare din anul 2008[1]. Abordarea ne permite să estimăm rezultate pentru subgrupuri de electori definite după probabilitatea de a participa la alegeri. Astfel putem estima care ar fi configuraţia votului în rândul primilor 20% respondenţi din sondaj în funcţie de probabilitatea de a merge la vot sau în rândul primilor 40% ori în rândul primilor 60%. Având în vedere că cei cu probabilitate ridicată de a merge la vot sunt şi lideri de opinie[2], a identifica variaţia votului în rândul acestora este fără îndoială de interes.

Am decis să prezentăm distribuţia rezultatelor privind preferinţa politică a respondenţilor[3] din sondaj în rândul grupurilor cu probabilitatea cea mai mare de a merge la vot definite după pragurile de 20%, 40%, 60%, 80% (de exemplu, primii 20% din eşantion care au cea mai mare probabilitate de a merge la vot, apoi primii 40% etc.) – vezi tabelul 2 (în anexa 1 din acest capitol). Aşa cum se poate observa din tabel, ierarhia primilor doi competitori în preferinţele respondenţilor variază de-a lungul celor patru grupuri astfel definite[4]. Pe tot eşantionul, PD-L are 35,4% dintre preferinţe, iar PSD 34,8%[5]. În grupul primilor 20% cu probabilitatea cea mai mare de a se prezenta la scrutin, ierarhia se schimbă, PSD

1. Metoda constă în transpunerea scalelor categoriale pe intervalul (0,1) şi înmulţirea acestora pentru fiecare subiect. Se obţine astfel o nouă valoare cuprinsă între 0 şi 1 care reflectă probabilitatea individului de a participa la scrutin. Non-răspunsurile au primit valoarea medie pentru a evita un număr mare de cazuri excluse din analiză. O metodă similară a fost folosită şi de Comşa şi Bobârsc (*apud* Rotariu şi Comşa, 2005).
2. Putem spune acest lucru datorită profilului acestora, pus în evidenţă de literatura de specialitate: persoane informate, conectate la evenimentele de pe agenda publică şi care discută uzual probleme politice.
3. Itemul folosit în acest sens a fost următorul: *Cu candidatul cărui partid intenţionaţi/ aţi fi înclinat să votaţi la alegerile parlamentare din această toamnă ?* – întrebare deschisă.
4. Deşi vorbim la timpul prezent, trebuie să nu uităm că aceste date se referă la momentul electoral al alegerilor pentru parlament din 2008, iar sondajul a fost realizat cu aproximativ zece zile înainte de data scrutinului.
5. Eşantionul a fost ponderat.

are 38,7% din preferinţe, în vreme ce PD-L – 36,7%. Cu cât grupul celor cu probabilitatea cea mai mare de a participa la vot creşte, cu atât PD-L câştigă teren în faţa PSD. Mai simplu spus, un absenteism ridicat ar fi favorizat PSD şi ar fi defavorizat PD-L. Putem observa şi faptul că în rândul primilor 40% dintre respondenţi cu probabilitatea cea mai mare de a merge la vot, diferenţa dintre PSD şi PD-L este minimă.

O observaţie interesantă este şi faptul că UDMR este mult subevaluat în toate grupurile de probabilitate faţă de scorul obţinut de acesta pe întreg eşantionul şi faţă de scorul oficial al scrutinului[1]. Explicaţia este că deşi susţinătorii acestui partid nu au un profil social care să îi aşeze în categoria celor cu probabilitate ridicată de a merge la vot, există mecanisme de mobilizare locală (asociaţii, Biserică, structurile locale ale UDMR), care îi fac pe aceştia totuşi să participe la scrutin.

În ciuda limitelor intrinseci ale acestei cercetări (pe care le-am menţionat[2] deja), rezultatele reprezintă o lecţie importantă pe care autorii de studii sociale sau politice şi-o pot însuşi. Vedem cum predicţia configuraţiei preferinţelor electorale pe întreg eşantionul diferă faţă de subgrupurile eşantionului, definite după probabilitatea de participare la vot[3]. Practic, în această manieră, se evidenţiază

1. Rezultatele oficiale ale scrutinului în procente, la nivel naţional, pentru Camera Deputaţilor au fost: PSD/PC – 33,09%, PD-L – 32,36%, PNL – 18,57%, UDMR – 6,17%.
2. O altă limită importantă, pe care o menţionăm aici, constă în procentul mare de non-răspunsuri înregistrate la întrebarea care măsoară preferinţa electorală, lucru accentuat şi de faptul că această întrebare a fost deschisă. Astfel, 31% dintre respondenţi au declarat la această întrebare că nu sunt hotărâţi asupra opţiunii, 8,5% au declarat că nu merg la vot, iar 8,5% au fost non-răspunsuri. Dintre cei 107 respondenţi care au răspuns că nu merg la vot, 106 se plasează în grupul ultimilor 40% dintre respondenţi din punctul de vedere al probabilităţii de a merge la vot, 28 în grupul primilor 80% şi doar unul în rândul primilor 60% ca probabilitate de vot. Acesta este un argument pentru robusteţea variabilei privind probabilitatea de participare la vot.
3. Ar putea exista tentaţia interpretării distribuţiei voturilor şi în rândul celor care au probabilitate mică de participare la scrutin. Există un risc major de eroare însă în acest caz, deoarece cei care au declarat că nu votează sau nu sunt hotărâţi asupra opţiunii se plasează mai degrabă în această categorie, iar numărul de cazuri se reduce.

efectul absenteismului asupra configuraţiei finale a votului, depăşindu-se totodată limitele discursului mediatic uzitat de comentatorii spaţiului politic.

Variaţia supraestimării participării la scrutin

Există o eroare sistematică a tuturor sondajelor în estimarea prezenţei la urne, fapt datorat în principal normativităţii sociale care defineşte participarea la scrutin ca un fapt dezirabil. În general pentru România este vorba despre o supraestimare de aproximativ 10-20%.

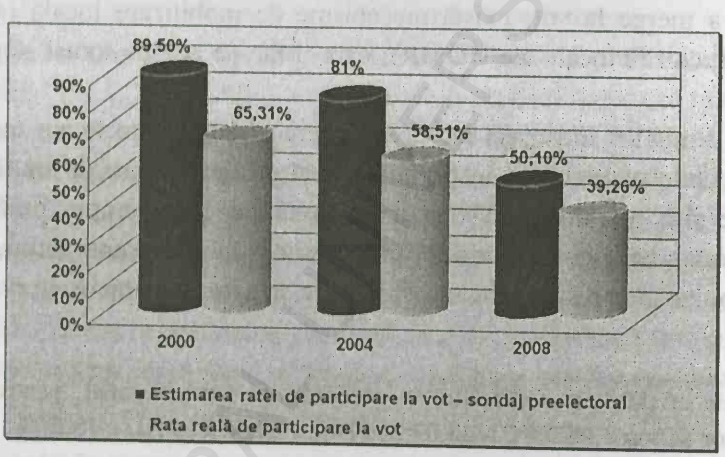


Figura 2. *Estimarea participării la vot/prezenţa efectivă la ultimele trei alegeri*[1]

1. Pentru estimarea preelectorală a intenţiei de vot s-au folosit următoarele sondaje: 2000 – Sondaj CURS. Itemul folosit a fost următorul: *Aveţi de gând să mergeţi la vot pentru alegerile prezidenţiale şi parlamentare din toamna acestui an ?* Au răspuns „da" 89,5%; 2004 – Sondaj INSOMAR. Item folosit: *După cum ştiţi, în 28 noiembrie, în România vor avea loc alegeri generale (Parlament, Preşedinţie). Unele persoane vor merge la vot, altele nu vor merge. Dumneavoastră veţi vota la aceste alegeri generale ?* Variante răspuns: „sigur veţi vota" (81%), „probabil veţi vota" (11,1%), „probabil nu veţi vota" (1,6%), „sigur nu veţi vota" (6,3%); Sondaj INSOMAR, octombrie 2008. Item folosit: *Intenţionaţi să mergeţi la vot la alegerile parlamentare din această toamnă ?* Variante răspuns: „cu siguranţă da" (50,1%), „probabil da, depinde de împrejurări" (25,9%), „foarte puţin probabil" (8,2%), „cu siguranţă nu" (8%), „încă nu m-am hotărât" (7,8%). Pentru datele reale de participare la vot, sursa o reprezintă datele oferite de BEC.

Întrebarea este dacă această normativitate variază ori nu la nivelul diferitelor categorii de populaţie sau altfel spus, dacă discrepanţa dintre cei care declară că intenţionează să meargă la vot şi cei care merg realmente are aceeaşi dimensiune de-a lungul tuturor categoriilor sociale. Vom răspunde la această întrebare comparând datele de sondaj cu diferenţa dintre structura populaţiei şi structura votanţilor aşa cum a rezultat aceasta din exit-pollul realizat de INSOMAR în 2008 pentru alegerile parlamentare. În tabelul 2, arătăm diferenţa dintre structura întregii populaţii şi structura votanţilor definită după variabilele sociodemografice: vârstă, educaţie, sex, rezidenţă şi regiune[1]. Din start precizăm că există o limită de principiu a acestui demers, analiza variaţiei votului doar în rândul categoriilor definite de aceste variabile sociodemografice prezentând o imperfecţiune majoră în scopul său de caracterizare a fenomenului absenteismului în ansamblu[2].

După cum se poate observa, există câteva patternuri ale participării la vot care pot fi desprinse pe baza tabelului 2. Proporţia tinerilor care merg la vot este mai mică decât proporţia lor la nivelul populaţiei şi la fel pentru proporţia persoanelor peste 65 de ani. Aceste categorii de populaţie au deci tendinţa de a absenta în mai mare măsură. În schimb, proporţia persoanelor cu vârsta cuprinsă între 34 şi 64 de ani este mai mare decât proporţia reală în populaţie. Acest fapt este verificat atât pentru anul 2004 cât şi pentru 2008 – se remarcă totuşi faptul că în 2004 diferenţa dintre proporţia tinerilor care au stat acasă şi proporţia în populaţia reală este mai mică decât în 2008. În cazul persoanelor din mediul rural, proporţia este mai mare la urne decât în populaţia reală în ambele momente electorale luate în considerare. Şi bărbaţii sunt mai prezenţi la urne decât sunt în structura reală a populaţiei. În ceea ce priveşte nivelul educaţiei, persoanele cu educaţie liceală, precum şi persoanele cu studii superioare se prezintă aparent în număr mai mare la urne comparativ cu persoanele care posedă studii de cel mult zece clase sau şcoală profesională. La nivelul regiunilor se pare că Bucureştiul este subreprezentat

1. Doar aceste variabile au putut fi surprinse în exit-poll din cauza constrângerilor de spaţiu şi timp.
2. Vezi capitolul anterior. Procedura de aici nu permite controlul reciproc al efectelor variabilelor considerate aici şi nici al altor variabile mult mai importante pentru absenteism, cum ar fi frecvenţa discuţiilor în care individul se angajează, ocupaţia, încrederea în politicieni, aprecierea primarului etc. Cu alte cuvinte, nu putem descrie mai amănunţit ce se află în spatele relaţiei unu la unu dintre aceste variabile şi participarea la scrutin.

la urne faţă de ponderea în populaţia totală, în vreme ce Muntenia este supra-reprezentată.

Avem astfel o imagine a prezenţei la urne în funcţie de principalele caracteristici sociodemografice. Pe baza acestor date, profilul absenteistului ar putea fi definit ca tânăr (18-34 de ani), mai degrabă din Bucureşti sau Transilvania, de sex feminin şi cu un nivel de studii de zece clase sau şcoală profesională.

Tabelul 2. *Date comparative privind structura sociodemografică a votanţilor la alegerile parlamentare pentru Camera Deputaţilor din 2004, respectiv din 2008*[1], *raportat la structura întregii populaţii*[2]

Variabile	Categorii	Structura populaţiei (%) 2004	Structura votanţilor (%) 2004	Structura populaţiei (%) 2008	Structura votanţilor (%) 2008
Vârstă	18-34 de ani[3]	33,9	31,5	**32,7**	**24,4**
	35-49 deani	26,3	29	26,8	28,8
	50-64 de ani	21,4	25,9	22,4	29,3
	65 de ani şi peste	18,4	13,7	18,1	17,5
	Total	100	100	100	100
Mediu de rezidenţă	Urban	57,2	56,9	**57,7**	**52,7**
	Rural	42,8	43,1	42,3	47,3
	Total	100	100	100	100
Sex	Feminin	51,2	45,6	**51,2**	**44,1**
	Masculin	48,8	54,4	48,8	55,9
	Total	100	100	100	100

1. Structura sociodemografică a votanţilor a fost realizată pe baza datelor furnizate de exit-pollurile realizate de INSOMAR în 2004, respectiv 2008 (vârsta, sex şi educaţie), şi pe baza raportărilor oficiale ale BEC (mediu de rezidenţă şi regiune istorică).
2. Structura populaţiei a fost calculată pe baza datelor INS privind populaţia din anul 2008 şi pe baza structurii cumulate a datelor care au reieşit din cinci sondaje de opinie realizate de INSOMAR în anul 2008.
3. Categoriile subliniate indică acele categorii care au absentat cel mai mult la alegerile parlamentare din 2008.

Educaţie	Cel mult zece clase, şcoală profesională	63,2	47	**58,6**	**48,4**
	Liceu, şcoală postliceală	28,5	38	31,4	33,9
	Studii universitare	8,3	15	10	17,7
	Total	100	100	100	100
Regiune istorică	Muntenia	34,3	35	35,4	37,8
	Moldova	21,3	21,3	21,3	21,6
	Transilvania	33,4	32,4	33,6	32,8
	Bucureşti	11	11,2	**9,6**	**7,8**
	Total	100	100	100	100

Mutându-ne atenţia asupra datelor din sondaj am rulat tabele de asociere (*crosstab*) pentru a surprinde relaţia dintre variabila „intenţie de participare la scrutin"[1] şi fiecare dintre variabilele sociodemografice considerate ca independente fără a controla efectul altor variabile[2]. Vom prezenta aici doar rezultatele, fără a mai prezenta şi tabelele de asociere:

- *vârstă*: persoanele cu vârsta cuprinsă între 50 şi 64 ani sunt cele mai înclinate să se prezinte la scrutin, comparativ cu cele din categoria de vârstă 18-34 de ani. Acest fapt este perfect consonant cu datele din tabelul 2;
- *educaţie*: persoanele cu educaţie superioară au un grad mai ridicat de propensiune în a se prezenta la urne comparativ cu persoanele cu educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională. Şi acest fapt este consonant cu datele anterioare. Nu există o diferenţă semnificativă între persoanele cu cel mult zece clase şi cele cu liceu în ceea ce priveşte probabilitatea de a fi votat la alegerile parlamentare din 2008. În acest caz, datele nu mai converg cu concluzia

1. Itemul a fost următorul: *Intenţionaţi să mergeţi la vot la alegerile parlamentare din această toamnă ?* cu variantele de răspuns: 1) cu siguranţă da; 2) probabil da, depinde de împrejurări; 3) foarte puţin probabil; 4) cu siguranţă nu; 5) nu m-am hotărât încă; 6) NS/NR. Noi am folosit aici o variabilă nou-creată cu trei categorii: 1) cei care au indicat că sigur vor merge la vot; 2) cei care au spus „probabil da, depinde de împrejurări" şi 3) cei care au răspuns „foarte puţin probabil", „cu siguranţă nu" şi „nu sunt hotărât".
2. Am procedat astfel pentru a respecta similaritatea cu procedura anterioară.

extrasă din analiza comparativă a structurii populaţiei cu indicele participării la vot. Este o zonă unde declaraţia intenţiei de participare la vot este variabilă. Putem estima că persoanele cu studii de zece clase sau şcoală profesională declară în mai mare măsură, comparativ cu cele cu studii liceale, că se vor prezenta la vot deşi, de fapt, nu fac acest lucru;

- *sex*: datele de sondaj nu indică diferenţe între bărbaţi şi femei în probabilitatea de a se prezenta la urne, fapt care nu e convergent cu concluzia anterioară care evidenţiase femeile drept mai înclinate către absenteism. Acest fapt sugerează că, în sondaj, femeile sunt mai conformiste la norma participării la scrutin, declarând nereal, în mai mare măsură decât bărbaţii, că se vor prezenta la vot;
- *mediu de rezidenţă*: datele de sondaj indică asociere între probabilitatea de a se prezenta la scrutin şi rezidenţa – persoanele din mediul rural au o înclinaţie mai mare de se prezenta la scrutin comparativ cu cele din mediul urban. Acest fapt este consonant cu concluziile analizei preliminare bazate pe comparaţia dintre structura populaţiei şi structura votanţilor;
- *regiune de rezidenţă*: persoanele din Bucureşti sunt mai înclinate să absenteze la scrutin comparativ cu cele din Moldova sau Muntenia conform datelor din sondaj. Aici, situaţia este relativ consonantă cu concluzia extrasă din comparaţia structurii populaţiei cu structura votanţilor.

Succint, persoanele cu educaţie de cel mult zece clase sau şcoală profesională şi persoanele de sex feminin sunt mai înclinate să supraestimeze şansele de participare la scrutinul electoral în răspunsul de sondaj; altfel spus, răspunsurile acestor categorii pot explica în cea mai mare măsură eroarea sistematică care se manifestă în sondajele de opinie privind participarea la vot. Desigur, din cauza limitelor metodologice insurmontabile, prezentate anterior, această concluzie ar trebui considerată mai degrabă ca o ipoteză de lucru viitoare care necesită validări suplimentare.

În loc de concluzie

Analiza derulată a furnizat rezultate care susţin faptul că absenteiştii din România la alegerile parlamentare din 2008 se caracterizează mai degrabă printr-un nivel scăzut al frecvenţei cu care discută teme politice cu cei din proximitatea lor, prin

neîncredere sistematică în toţi oamenii politici marcanţi, apreciere slabă a primarului ales în localitatea lor, neparticiparea la scrutinul electoral anterior, vârsta cuprinsă între 18 şi 34 de ani, cu profesie neintelectuală (muncitori, ocupaţii nemanuale) şi care locuiesc în Bucureşti sau Transilvania. Faptul confirmă că în România liderii de opinie (cei care comunică des pe teme politice, bine informaţi etc.) au interes atât pentru diseminarea preferinţelor politice, cât şi pentru stimularea participării la vot. Hiatusul dintre elitele politice şi cetăţenii care manifestă sindromul acut al neîncrederii în politicieni este o cauză fundamentală a absenteismului în România. Mobilizarea locală generată de imaginea şi acţiunile primarului din localitatea de rezidenţă conduce şi ea la o explicaţie a fenomenului absenteismului alături de experienţa de participare la scrutinul anterior. Faţă de majoritatea studiilor de geografie electorală vehiculate mediatic sau academic, am arătat aici şi faptul că ocupaţia particulară determină grade diferite de prezenţă la urne.

Studiul a furnizat şi date privind efectul absenteismului asupra configuraţiei finale a preferinţelor electorale. În 2008, la alegerile parlamentare, datele arată că absenteismul a favorizat PSD în detrimentul PD-L ; dacă ar fi mers la vot doar un procent de 20% din populaţia ţării, atunci, conform simulării realizate de noi, PSD ar fi avut un avans de două procente. La o participare de 60% din electorat, ar fi avut loc o inversare de trend, PD-L preluând conducerea cu 1,7 procente ; toate acestea în condiţiile în care diferenţa dintre cele două partide estimată pe întreg eşantionul a fost de 0,6% în favoarea PD-L. Desigur, această simulare are limite metodologice şi trebuie considerată cu precauţie. Este însă singura încercare de acest fel întreprinsă – după ştiinţa noastră – în România.

O a treia dimensiune a cercetării a investigat dacă şi în rândul căror categorii supraestimarea sistematică din sondaje a participării la scrutin se manifestă mai pregnant. Rezultatele sugerează, cu precauţiile metodologice menţionate, că distanţa cea mai mare dintre declaraţia din sondaj privind intenţia de participare la vot şi comportamentul efectiv de vot se găseşte mai degrabă în rândul persoanelor cu studii de cel mult zece clase sau şcoală profesională şi al persoanelor de gen feminin. Totuşi, această concluzie trebuie considerată, din cauza constrângerilor metodologice în care am fost nevoiţi să ne mişcăm, mai degrabă ca o ipoteză de lucru pentru viitor decât ca o certitudine empirică.

Anexa 1. Cu candidatul cărui partid intenţionaţi/aţi fi înclinat să votaţi la alegerile parlamentare din această toamnă ?

Situaţii ipotetice	Statusul grupului	PD-L (%)	PSD (%)	PNL (%)	UDMR (%)	PRM (%)	PNG (%)	Alte partide sau alianţe (%)	Total (%)
Ar merge la vot primii 20% cu probabilitatea cea mai mare	Votanţi	36,7	38,7	12,6	1,5	3,5	5,5	1,5	100
	Nevotanţi	34,8	33	16,4	5,4	4,5	3,1	2,9	100
Ar merge la vot primii 40% cu probabilitatea cea mai mare	Votanţi	37,6	36,8	13,9	2,6	2,4	4,2	2,4	100
	Nevotanţi	32,2	31,8	17	6,4	6,4	3,4	2,7	100
Ar merge la vot primii 60% cu probabilitatea cea mai mare	Votanţi	37,4	35,7	13,9	3,2	3,8	4	1,9	100
	Nevotanţi	27,1	31,4	21,2	7,6	5,1	2,5	5,1	100
Ar merge la vot primii 80% cu probabilitatea cea mai mare	Votanţi	36	34,7	15,3	3,9	3,9	3,7	2,4	100
	Nevotanţi	25	39,3	14,3	7,1	7,1	3,6	3,6	100
Distribuţia eşantionului total		35,4	34,8	15,2	4,2	4	3,7	2,6	100

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Bibliografie

Abramson, Paul R. şi John H. Aldrich. 1982. The Decline of Electoral Participation in America. *The American Political Science Review*, nr. 3 : 502-521.

Agresti, Alan. 1996. *An introduction to categorical data analysis*. New York : Interscience Publication.

Bulai, Alfred. 1999. *Mecanismele electorale ale societăţii româneşti*. Bucureşti : Paideia.

Butler, David şi Donald Stokes. 1974. *Political Change in Britain*. Londra : Macmillan.

Franklin, Mark N. 2004. *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge : University Press.

Gigerenzer, Gerd şi Reinhard Selten. 2001. *Bounded rationality. The adaptive toolbox*. Dahlem Workshop Reports.

Jocelyn, A. şi J. Evans. 2004. *Voters & Voting. An introduction*. Londra : Sage Publications.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson şi Hazel Gaudet. 2004. *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidenţială*. Bucureşti : Comunicare.ro.

LeDuc, Lawrence, Richard G. Niemi şi Norris Pippa. 2002. *Comparing democracies*. Londra : Sage Publications.

Rotariu, Traian şi Mircea Comşa. 2005. *Alegerile generale 2004, o perspectivă sociologică*. Cluj : Eikon.

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Sorin Oprescu şi confruntarea personajelor politice

Vladimir Pasti

Două mari surprize au oferit alegerile pentru primăria capitalei. În primul rând, câştigătorul a fost un outsider. În loc să devină primar al capitalei, aşa cum se aştepta toată lumea, candidatul partidului politic cu cei mai mulţi susţinători între bucureşteni, câştigătorul a fost Sorin Oprescu, candidat independent, dar cu o identitate politică definită de fosta sa apartenenţă la PSD[1]. În al doilea rând, a fost surprinzătoare campania electorală a acestuia, purtată după cu totul alte reguli decât cele deja definite de mass-media, de aşteptările publicului (conform sondajelor de opinie) şi de campaniile desfăşurate de ceilalţi candidaţi. Pentru multă lume, incluzând aici specialişti în campaniile electorale, lideri politici, jurnalişti şi o bună parte din electorat, victoria lui Sorin Oprescu în alegerile pentru primăria Bucureştiului a fost fie un „miracol", fie un „caz excepţional". Ambele cuvinte exprimă acelaşi lucru – nedumerirea în faţa rezultatului alegerilor şi neputinţa de a înţelege comportamentul electoratului în ciuda numeroaselor studii întreprinse de-a lungul anilor, a controlului pe care partidele credeau că îl au asupra votului propriilor susţinători şi a presiunii pe care mass-media îşi închipuia că o exercită asupra alegătorilor.

Ca să înţelegem mai bine în ce constă excepţionalitatea rezultatului alegerilor pentru primărie este necesar să precizăm că, exceptând primarul capitalei, alegerile din Bucureşti au dat câştig de cauză la modul absolut unui singur partid – PD-L, care a obţinut 36,74% dintre voturi pentru Consiliul General al Municipiului

1. 60% dintre susţinătorii săi au aparţinut unui singur partid: PSD.

Bucureşti (CGMB), competitorii acestuia obţinând, împreună, mai puţin decât PD-L (PSD – 24,28%, iar PNL – 11,77%). Iar în competiţia pentru funcţia de primar al capitalei au intrat 11 candidaţi, dintre care doar patru au obţinut un număr semnificativ de voturi: cei trei candidaţi ai marilor partide (PD-L, PNL, PSD) şi independentul Sorin Oprescu.

Avem nevoie de o explicaţie

Marea întrebare la care nu a răspuns convingător încă nimeni până acum este: *De ce a câştigat Sorin Oprescu alegerile ?* Mai ales în condiţiile în care a avut împotriva sa: i) partidele, fiecare cu candidatul propriu; ii) mass-media, care a fost distribuită între partide, mai ales partidele de dreapta, dar omogenă în a combate candidatura lui Sorin Oprescu; iii) lipsa de resurse, căci campania lui Sorin Oprescu a fost, de departe, cea mai slab finanţată în raport cu campaniile principalilor contracandidaţi; iv) lipsa de profesionalism, căci echipa de campanie a lui Sorin Oprescu, improvizată în chiar zilele campaniei, era alcătuită din amatori şi entuziaşti neexperimentaţi, în opoziţie cu echipele profesioniste ale adversarilor săi. Dacă ţinem cont de aceste patru caracteristici ajungem uşor la concluzia că nici un evaluator imparţial nu i-ar fi dat o şansă tocmai câştigătorului, şi asta pe bună dreptate.

Cu toate acestea, câştigătorul a câştigat, iar acest lucru trebuie explicat cumva, aşa cum lecţiile fundamentale ale excepţiei sau „miracolului" trebuie însuşite şi încorporate în ingineria politică care este campania electorală şi strategia politică. Rezultatul alegerilor pentru primarul capitalei contrazice o bună parte din ceea ce ştim despre comportamentul electoral şi politic al populaţiei. Ar putea fi considerat unul dintre acele cazuri care falsifică teoriile politice şi electorale şi, deci, un bun prilej pentru schimbarea acestor teorii. Şi poate că le-am fi schimbat pornind de la această excepţie dacă, doar câteva luni mai târziu, alegerile parlamentare din noiembrie 2008 nu ni le-ar fi confirmat din nou. Căci, dacă lăsăm deoparte cazul excepţional al lui Sorin Oprescu, alegerile locale din iunie 2008 au dovedit că la nivel naţional există un echilibru sensibil între două din marile partide – PD-L şi PSD, care domină scena politicii locale. Mai există încă două partide politice semnificative, dar cu o susţinere politică minoritară – PNL şi UDMR. Liberalii beneficiază de susţinere, ca urmare, cel mai probabil, a etichetei şi doctrinei lor, iar UDMR cu siguranţă datorită specificului său etnic. Această distribuţie a forţelor

politice a fost consemnată pe plan naţional în alegerile locale, în care PD-L şi PSD au obţinut fiecare în jur de 30% dintre voturi şi a fost confirmată de alegerile parlamentare din noiembrie, în care cele două partide mari au obţinut împreună aproximativ 70% dintre mandatele parlamentare, cu o diferenţă de mai puţin de 1% între ele, în vreme ce liberalii, maghiarii şi celelalte minorităţi au obţinut restul de 30%.

Dacă aşa arată distribuţia de forţe politice la nivel naţional, dacă ea este confirmată prin două runde electorale, atunci victoria unui outsider la Bucureşti la primăria capitalei, într-un moment în care câştigarea ei era un obiectiv strategic al marilor partide, este o ciudăţenie care trebuie explicată. Am putea să o explicăm răsturnând sau amendând esenţial teoriile despre alegeri, dar ar fi nelegitim, căci Bucureştiul se dovedeşte a fi doar o excepţie. Dacă păstrăm teoriile pe care le avem, confirmate de rezultatele la nivel naţional ale alegerilor locale şi ale celor parlamentare, atunci ar trebui să căutăm înainte de toate particularităţile candidaturii lui Sorin Oprescu în raport cu toate celelalte candidaturi de succes din alegerile locale. Şi asta au făcut majoritatea celor care au analizat, au interpretat sau au comentat rezultatele alegerilor din Bucureşti. Au identificat două asemenea caracteristici principale şi au postulat – fără multă cercetare – că fie una dintre acestea, fie amândouă luate împreună sunt responsabile de succesul lui Sorin Oprescu.

Cele două caracteristici sunt: i) independenţa lui Sorin Oprescu; ii) Sorin Oprescu însuşi, înţelegând aici trăsăturile acestuia. Consider că fiecare dintre aceste caracteristici, precum şi orice combinaţie a lor sunt insuficiente pentru a explica cum a câştigat Sorin Oprescu alegerile şi că ar trebui să o identificăm pe a treia.

Prima explicaţie falsă: charisma şi caracteristicile personale

Cea mai simplă şi cea mai populară explicaţie a victoriei lui Sorin Oprescu este cea întemeiată pe un soi de cuvânt magic pe care mulţi jurnalişti, analişti politici şi politicieni îl utilizează fără să fie pe deplin conştienţi de conţinutul şi semnificaţia sa: „charisma". Explicaţia afirmă că, în raport cu ceilalţi candidaţi la primărie, Sorin Oprescu a avut „charismă", iar ceilalţi, nu sau că el a avut mai multă „charismă" decât ceilalţi. Strict teoretic, ideea că Sorin Oprescu – sau oricare alt politician contemporan într-un sistem democratic – ar avea „charismă" este fie o dovadă clară a necunoaşterii conţinutului conceptului utilizat în ştiinţele sociale,

fie o comicărie. În sociologie, conceptul de *charismă* a fost introdus la începutul secolului trecut de sociologul german Max Weber pentru a explica acea relaţie de putere în care autoritatea unui lider este întemeiată şi legitimată prin caracteristicile sale personale, şi nu prin altceva. Weber şi-a dat seama că relaţia de putere dintre un lider şi cei care îl urmează este „ciudată" : liderul emite decizii, iar cei care îl urmează le respectă, adesea chiar împotriva propriilor interese, pentru că acordă deciziilor liderului un statut special – acestea sunt incontestabile. Ceea ce nu prea ştiu „şcolăreii" care îl utilizează atât de generos pe Max Weber este că orice charismă este întemeiată pe o relaţie specială a liderului cu un factor care îi asigură o cunoaştere suplimentară, probată în ocazii anterioare. De exemplu, charisma Ioanei D'Arc era asigurată de legătura ei specială, prin vise şi viziuni, cu divinitatea şi a fost probată de succesul întreprinderilor sale militare etc. Specificul charismei ca relaţie de putere este întemeierea ei în adevăr, iar adevărul este autoritar şi nu democratic. Tabla înmulţirii nu se stabileşte prin votul majorităţii, ci toată lumea este silită să înveţe că 2 ori 2 fac 4. Regimurile politice diferă între ele tocmai prin relaţia pe care o stabilesc între bine şi adevăr. Dacă acceptăm că binele este rezultatul adevărului, atunci vom avea un regim politic autoritar, iar puterea va reveni celor creditaţi că posedă cunoaşterea adevărurilor ultime. De aceea, teocraţiile sau regimurile comuniste sunt autoritare. Invers, considerând că fiecare variantă de „bine" are propriile adevăruri, atunci vom avea regimuri politice democratice, în care puterea revine celui care susţine „binele" majorităţii alegătorilor, în condiţii de adevăr relativ.

Iată-ne în situaţia de a şti că nu se pune problema charismei în cazul lui Sorin Oprescu, aşa cum nu se pune nici pentru Traian Băsescu, Ion Iliescu, Barack Obama sau oricare alt politician ce funcţionează într-un regim politic democratic. E o concluzie utilă, căci am eliminat un mit, adică o explicaţie cu aparenţă ştiinţifică, dar lipsită de conţinut. Orice explicaţie a succesului lui Sorin Oprescu de forma : „Sorin Oprescu a câştigat alegerile pentru că are o serie de caracteristici personale pe care nu le putem identifica – dar le numim charismă, un cuvânt complicat ce ascunde gaura neagră a necunoaşterii noastre – şi pe care ceilalţi candidaţi nu le aveau" este eliminată din capul locului.

Dar cu aceasta nu am eliminat în totalitate acele explicaţii care consideră succesul lui Sorin Oprescu un rezultat al caracteristicilor acestuia. Observatori mai puţin mistici şi cu o abordare mai pragmatică a vieţii politice s-au străduit să înlocuiască „charisma" cu o serie de caracteristici mai prozaice, dar identificabile ale candidatului – de la profesia sa de medic, la specificul limbajului utilizat, la

o serie de tehnici de vorbire, comportament, înfăţişare etc. Aceste explicaţii nu pot fi eliminate cu tot atâta hotărâre precum cele care se referă la charismă. Pentru că nu există nici o îndoială că în orice campanie electorală purtată într-un regim politic democratic, caracteristicile personale ale candidatului au importanţa lor. La urma urmei, în orice campanie electorală, candidatul interpretează un personaj politic, acela care se potriveşte cel mai bine convingerilor, credinţelor, doctrinei sale politice etc. şi, ca la teatru sau cinema, şansele sale de succes depind de măsura în care caracteristicile sale sunt potrivite pentru interpretarea corectă a personajului politic. Această situaţie nu a fost bine înţeleasă de comentatorii care au luat în considerare caracteristicile personale ale candidatului Sorin Oprescu, dar este neîndoielnic că ei au înţeles că există o strânsă legătură între acestea şi personaj. Cea mai bună dovadă în acest sens este faptul că marea majoritate a atacurilor la adresa candidatului Sorin Oprescu din timpul campaniei electorale a fost concentrată asupra caracteristicilor sale, de la biografia familiei şi biografia personală până la comportamentele sale profesionale, familiale şi caracteristicile de limbaj, comportament etc. Şi mai trebuie ţinut cont de faptul că cele mai multe explicaţii ale succesului lui Sorin Oprescu pe baza caracteristicilor sale au venit tocmai de la cei care l-au atacat în campania electorală pentru acestea.

Teoria personajului politic

Voi detalia puţin această teorie a personajului politic, pentru că este cheia înţelegerii a ceea ce s-a întâmplat nu numai în alegerile de la Bucureşti, ci în orice fel de alegeri. Ştim din cercetările sociologice că, atunci când sunt întrebaţi în funcţie de ce anume îşi orientează votul în competiţiile uninominale, alegătorii răspund în proporţie de peste 60% că votează în funcţie de candidat şi doar în proporţie de cel mult 30% că votează în funcţie de partidul pe care îl reprezintă candidatul[1]. Pe de altă parte, o analiză a peste 20.000 de candidaţi în sistem uninominal[2] ne-a arătat că peste 90% dintre ei obţin un scor egal cu scorul partidului pe care îl reprezintă, cu o eroare de cel mult 6%, în plus sau în

1. Barometrul de opinie publică, INSOMAR, septembrie-octombrie 2008.
2. Această analiză a fost făcută pentru candidaţii la primărie şi rezultatele obţinute de aceştia la alegerile locale din iunie 2008.

minus[1]. Ceea ce dovedeşte că factorul determinant al alegerilor este, într-o proporţie covârşitoare, partidul, şi nu candidatul, aşa cum declară subiecţii sondajelor. Cum împăcăm aceste informaţii contradictorii? Cea mai simplă soluţie este să considerăm că subiecţii sondajelor mint sau se amăgesc singuri atunci când declară că îi interesează mai mult calităţile personale ale candidaţilor şi mai puţin partidul pe care îl reprezintă, pentru că, de fapt, ei votează în funcţie de partid. Dar ipoteza răspunsurilor eronate sau deformate este inacceptabilă pentru că, atunci când este vorba despre răspunsurile la alte întrebări, cum ar fi preferinţa pentru un candidat sau altul ori preferinţa pentru un partid sau altul, subiecţii îşi descriu corect comportamentul. Corelaţia dintre sondajele preelectorale şi rezultatele alegerilor – comportamentul electoral este unul dintre puţinele comportamente pentru care putem testa, prin rezultatul alegerilor, exactitatea opiniilor exprimate despre propriul comportament – este suficient de ridicată ca să considerăm că subiecţii răspund cu bună credinţă la întrebări. În consecinţă, avem nevoie de o teorie capabilă să explice aceste rezultate aparent contradictorii fără să dea vina pe subiecţii cercetării. O asemenea teorie este teoria personajului politic, care a stat la baza strategiei electorale a candidatului Sorin Oprescu.

Pe scurt, teoria personajului politic susţine că electoratul nu votează persoane – indivizi concreţi, cu caracteristicile personale –, ci personaje politice. Personajul politic se defineşte, precum personajul dintr-o piesă de teatru, printr-o serie de parametri, între care: relaţia sa cu electoratul, relaţia sa cu celelalte personaje politice, sistemul de valori care îi determină decizia şi acţiunea politică, modul în care se legitimează etc. Asemănarea cu o piesă de teatru este banală şi înşelătoare, dar este utilă pentru a înţelege ce este un personaj politic. De exemplu, în multe dintre piesele celebre ale lui Shakespeare întâlnim un personaj generic care ar putea fi denumit „îndrăgostitul", ilustrat în piese atât de diferite precum *Hamlet*, *Othello*, *Romeo şi Julieta* sau *Visul unei nopţi de vară* etc. Toate aceste personaje ilustrează îndrăgostitul, dar ilustrează tipuri diferite de îndrăgostiţi. Tot astfel precum autorii de piese de teatru, partidele politice ne propun personaje politice precum „primarul", „parlamentarul", „preşedintele ţării" etc., dar aşa cum în piese diferite, îndrăgostiţii sunt diferiţi, în viziunea partidelor, personajele de tipul „primarului", „parlamentarului" sau „preşedintelui" sunt construite diferit.

1. Cercetarea a fost condusă la INSOMAR de Cecilia Zavaleche şi echipa sa, cărora le mulţumesc pentru profesionalismul cu care au desfăşurat-o. Rezultatele acestei cercetări încă nu au fost publicate.

Personajul politic nu există decât în măsura în care este interpretat de un actor, adică de un politician concret, dar principalele sale caracteristici de personaj politic derivă din ideologia partidului, din relaţiile acestuia cu alte partide, din relaţiile acestuia cu grupurile susţinătoare şi cu electoratul etc. Iar ceea ce votează electoratul este, prioritar, personajul politic şi, în consecinţă, partidul. Dar candidatul este şi el important, căci doar printr-o bună interpretare a personajului ajungem să îl înţelegem şi să îl aprobăm sau să-l dezaprobăm. Iar pentru o bună interpretare avem neapărată nevoie de anumite caracteristici personale ale actorului. Există actori buni, care construiesc personaje convingătoare şi le pot scoate în evidenţă caracteristicile, şi există actori slabi, care pot deteriora semnificativ personajul. Există candidaţi buni, care, prin calităţile personale, pot scoate în evidenţă atuurile şi avantajele personajului politic pe care îl interpretează, şi există candidaţi care, prin calităţile lor personale, pot deteriora semnificativ personajul politic pe care au sarcina să îl interpreteze. Cercetarea ne spune că aceste caracteristici personale de care depinde interpretarea personajului definit de partid pe care îl votează electoratul poate deplasa în plus sau în minus faţă de personaj (ilustrat de votul pentru partid), în medie, circa 6% din voturi, ceea ce, în condiţiile alegerilor uninominale poate reprezenta cifra necesară pentru a câştiga sau a pierde prin diferenţe care oscilează între câteva voturi şi aproximativ 12%[1].

Un argument în plus în favoarea teoriei personajului politic este de natură epistemologică. Am construit această teorie pentru a explica contradicţia dintre constatarea empirică solidă că subiecţii sondajelor de opinie declară că îşi bazează decizia electorală pe calităţile personale ale candidaţilor şi cealaltă constatare empirică, la fel de solidă, că, până la urmă, ei votează în funcţie de partidele pe care le reprezintă candidaţii. Aşa cum era de aşteptat, teoria explică această aparentă contradicţie. Pentru asta a fost construită. Dar teoria explică nu doar ce i s-a cerut din capul locului – asta face orice mit –, ci puterea sa explicativă depăşeşte obiectivele construcţiei sale. De exemplu, ea ne ajută să înţelegem nu doar aparenta contradicţie din sondaje, ci şi de ce o bună parte dintre campaniile negative orientate împotriva caracteristicilor personale ale candidaţilor nu au efect asupra alegătorilor, în vreme ce alte campanii negative au. Acesta a fost cazul lui Sorin Oprescu.

1. Mărimea acestor diferenţe depinde inclusiv de numărul de nehotărâţi şi de mărimea electoratului neangajat politic.

Aşa cum am spus şi mai devreme, principalii producători de explicaţii politice, adică intelectualii, comentatorii şi jurnaliştii implicaţi în campania din Bucureşti împărtăşeau două caracteristici : 1) se situau pe poziţii adverse lui Sorin Oprescu ; 2) considerau că votul depinde de caracteristicile personale ale candidatului. Cum propriile lor opinii politice îi îndemnau la o campanie negativă faţă de Sorin Oprescu, stimulată şi sprijinită de candidaţii tuturor partidelor, rezultatul a fost un foarte puternic şi susţinut mesaj public negativ referitor la Sorin Oprescu, concentrat asupra caracteristicilor personale ale acestuia. Sorin Oprescu a fost descris opiniei publice ca un om cu caracteristici personale negative, de la cele genealogice[1], la cele profesionale[2], la cele moral-familiale[3], la cele moral-publice[4], la cele politice[5], la cele sociale[6] şi până la incompetenţă tehnică[7]. Ceea ce a rămas de neînţeles pentru autorii tuturor acestor atacuri la adresa caracteristicilor lui Sorin Oprescu este lipsa lor de succes, căci, în final, Sorin Oprescu a câştigat alegerile. Teoria personajului politic ne explică, însă, acest eveniment aparent paradoxal cu uşurinţă. Pur şi simplu, caracteristicile personale pe care le-au atacat adversarii lui nu aveau relevanţă pentru personajul politic pe care îl interpreta Sorin Oprescu. Nici una dintre cele şapte caracteristici personale negative pe care s-au concentrat adversarii săi nu afecta în nici un fel funcţionarea personajului „primar al capitalei" pe care îl interpreta Sorin Oprescu. De aceea, efectul atacurilor a fost minim.

În sfârşit, dar nu în ultimul rând, există şi o altă contradicţie, complet inexplicabilă pe baza oricărei alte teorii, pe care teoria personajului politic o poate explica, deşi nu a fost construită pentru această explicaţie. Există şi un alt paradox „Sorin Oprescu", chiar mai dificil de explicat decât contradicţia dintre sondaje şi voturi sau preferinţa alegătorilor pentru personajul media negativ. Este vorba despre faptul că Sorin Oprescu a câştigat alegerile pentru primăria capitalei

1. Tatăl său fusese general de Securitate.
2. A fost acuzat că şi-a obţinut ilegal titlurile şi poziţiile profesionale.
3. Divorţat.
4. A fost acuzat de corupţie.
5. A mai pierdut de două ori alegerile la primăria capitalei.
6. A fost acuzat că este membru al fostei elite comuniste, locuind în zona cea mai scumpă din capitală şi având legături cu o serie de oameni de afaceri bănuiţi de câştiguri ilegale (Bobic, Patriciu etc.).
7. Proiectul său referitor la autostrada suspendată a fost ridiculizat drept „autostrada zburătoare".

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

abia la a treia încercare, după două eşecuri consecutive. Fiecare cu „miracolele" sale. În 1997 a pierdut alegerile pentru primăria capitalei în favoarea lui Viorel Lis, un personaj politic cu o notorietate net mai redusă decât cea a lui Sorin Oprescu, dar în condiţiile în care acesta era susţinut de alianţa de partide victorioasă în alegerile parlamentare (CDR). În aceste alegeri, putem constata cum preferinţa pentru o formaţie politică (CDR) elimină avantajul caracteristicilor personale. Dar parcă pentru a ilustra toate cazurile posibile, Sorin Oprescu pierde şi alegerile pentru primăria capitalei din 2000, într-un moment electoral în care partidul său obţine majoritatea voturilor pentru Consiliul General al Municipiului Bucureşti şi aproape toate primăriile de sector. Iată un om care, având aceleaşi caracteristici personale, poate, utilizându-le în egală măsură, să piardă alegerile şi atunci când partidul pe care îl reprezintă se află la un minim, şi atunci când partidul pe care îl reprezintă se află la un maxim. În schimb, le câştigă în 2008, când electoratul fie îl consideră independent, fie îl asociază cu un partid (PSD) care pierde alegerile din capitală.

Încercaţi să explicaţi asta! Dacă ceea ce contează este partidul pe care îl reprezintă, atunci este normal să piardă alegerile din 1997, pentru că partidul său se afla la un minim, dar ar fi fost normal să le câştige în 2000 – singurul moment când partidul său a reuşit să domine capitala – şi să le piardă în 2008, când în imaginea publică fie nu reprezenta nici un partid, fie reprezenta un partid pierzător al alegerilor. Dacă ceea ce contează sunt caracteristicile personale, atunci era normal să le piardă şi în 1997, şi în 2000, dar şi în 2008, când le-a câştigat. Pentru că acele caracteristici personale care l-au făcut să piardă de două ori, ar fi trebuit să funcţioneze şi a treia oară. Mai ales că au fost amplu subliniate şi popularizate de toată lumea: de la adversari, la mass-media independentă etc. Ce deosebeşte atât de mult 1997 şi 2000 de 2008, pentru a explica două pierderi succesive şi un câştig neaşteptat?

Diferenţa nu constă nici în evoluţia caracteristicilor personale ale lui Sorin Oprescu, care au rămas aceleaşi, şi nici în schimbarea de statut politic[1] de la a fi un reprezentant al unui partid politic principal la a fi independent[2], ci în schimbarea

1. Chiar şi în 1997, Oprescu a încercat să sugereze că este diferit de partidul pe care îl reprezintă.
2. Independenţa sa faţă de orice partid politic a fost, pe de o parte, aprig disputată, iar, pe de altă parte, puţin credibilă. Aproximativ 60% dintre voturile care l-au făcut primar al Bucureştiului au venit de la susţinătorii PSD, în ciuda faptului că tocmai îşi dăduse demisia din acest partid.

personajului politic pe care l-a interpretat: primarul capitalei. În 1997, ca şi în 2000, Sorin Oprescu nu a fost decât un candidat între alţii sau, dacă vreţi, un actor între alţii. Toţi interpretau mai mult sau mai puţin acelaşi rol de primar general al capitalei, definit aproximativ similar de toate partidele importante[1]. În această situaţie, ceea ce contează în primul rând are legătură cu partidul reprezentat şi cu relaţiile acestui partid cu alte partide, iar pe de altă parte, cu modul în care fiecare candidat poate interpreta personajul politic comun. În cazul lui Sorin Oprescu în 1997, lucrurile sunt limpezi: partidul a contat înainte de orice. La fel s-a întâmplat şi în cazul lui Adriean Videanu în 2005. În cazul lui Sorin Oprescu în 2000, ceea ce a contat au fost caracteristicile personale ale candidatului, în condiţiile în care partidele (PSD pe de o parte şi PD-PNL-PNŢCD pe de altă parte) erau aproximativ egale. Iar personajul politic care trebuia interpretat atunci s-a potrivit mai bine cu Traian Băsescu, decât cu Sorin Oprescu. Scorul obţinut de Sorin Oprescu atât în 1997, cât şi în 2000 este pe deplin explicabil prin diferenţa de plus/minus 6% identificată de INSOMAR ca fiind abaterea medie a unui candidat faţă de votul partidului pe care îl reprezintă. Invers, personajul politic propus de Sorin Oprescu în 2008 nu mai semăna cu cel propus de celelalte partide. Alegătorii au fost puşi în situaţia de a alege un personaj politic inedit, dar nu un candidat inedit, iar, în raport cu acesta, regula celor plus/minus 6% nu mai funcţionează.

Putem rezuma acum teoria personajului politic. În esenţă, ea ne spune că ceea ce votează populaţia este unul sau mai multe dintre personajele politice propuse de partide. Ce personaje politice propun partidele depinde de ideologia lor, de relaţia lor cu alte partide şi de alte caracteristici care se referă la partid, dar nu la candidaţi. Atunci când mai multe partide propun acelaşi personaj politic intră în joc caracteristicile candidatului. În cele mai multe cazuri, candidatul nu poate modifica radical alegerea alegătorilor faţă de un personaj sau altul, dar o poate deplasa în medie cu 6%, în funcţie de capacitatea sa de a interpreta mai convingător sau mai puţin convingător rolul care i-a fost atribuit. Există cazuri în care candidatul este atât de puternic personalizat de alegători – cazul alegerilor locale –, încât poate depăşi această medie, convingând electoratul să aleagă o persoană concretă (personajul politic este definit în funcţie de persoană, şi nu invers, ca de obicei). Această situaţie există şi este bine reprezentată în alegerile din România,

1. Cum a fost posibil acest lucru vom discuta în continuare.

mai ales în cele locale, dar ea este rară şi, între altele, perfect integrabilă în teoria personajului politic, nu ca o excepţie, ci ca o confirmare a regulii.

Nu ne vom ocupa în continuare de aceste excepţii care confirmă regula. Ne vom ocupa de succesul neaşteptat al lui Sorin Oprescu în alegerile din Bucureşti. Dar nu înainte de a respinge şi cealaltă teorie falsă care încearcă să explice succesul lui Sorin Oprescu în 2008 prin poziţia sa specială printre ceilalţi candidaţi: aceea de a fi un candidat independent.

A doua explicaţie falsă: independenţa lui Sorin Oprescu

O altă explicaţie propusă, dar nesusţinută de datele empirice, este cea care afirmă că succesul lui Sorin Oprescu se datorează independenţei sale politice. Cu două variante: i) succesul se datorează preferinţei electoratului pentru un candidat independent; ii) succesul se datorează imaginii publice create în jurul candidaturii sale independente, câştigate cu dificultăţi, dar şi cu spectaculozitate: „eroul antisistem".

Ambele variante pleacă de la o realitate cunoscută. Încrederea populaţiei în partidele politice este foarte scăzută. Majoritatea populaţiei nu consideră că partidele politice, inclusiv liderii acestora, îşi propun să reprezinte şi să promoveze interesele unor categorii de populaţie, ci crede că acestea îşi propun să se folosească de legitimarea obţinută prin alegeri pentru a-şi promova propriile interese, mai ales ale liderilor aleşi. Pe această bază reală au fost construite două inferenţe, amândouă imposibil de susţinut pentru că sunt infirmate empiric.

Prima afirmă că, deoarece sunt dezamăgiţi de partide, alegătorii vor vota preferenţial pentru independenţi. Rezultatele alegerilor dovedesc că, dimpotrivă, alegătorii NU votează pentru independenţi, chiar dacă nu le plac partidele. În primul tur al alegerilor locale din 2008, toţi candidaţii independenţi la primăriile din ţară au obţinut, la un loc, doar 2,5% din totalul voturilor. Iar toţi candidaţii care au câştigat primării din primul tur al alegerilor au fost candidaţi ai unui partid. Este greu să consideri că un asemenea rezultat indică vreo preferinţă pentru independenţi. Şi nu argumentăm cu nimic explicaţia considerând capitala o excepţie. În primul rând, pentru că în capitală Sorin Oprescu nu a fost unicul candidat independent, s-au mai înscris cel puţin trei, cu şanse atât de mici încât s-au retras pe parcurs. În al doilea rând, pentru că în capitală ca şi în ţară

candidaţii la primăriile de sector care au câştigat din primul tur, deci cei mai susţinuţi de alegători, au fost toţi candidaţi ai marilor partide politice.

Dihotomia independent/reprezentant al unui partid politic nu a funcţionat ca atare. Mecanismul care a funcţionat arată astfel: i) în Bucureşti, poate mai mult chiar decât în alte localităţi, populaţia este dezamăgită de partide, dar electoratul dezamăgit nu a votat independenţi, ci a refuzat să participe la vot. Electoratul bucureştean a participat la vot în proporţie mai mică decât aproape oricare altul, doar 30%; ii) peste 90% dintre cei care au venit la vot în turul I au votat pentru partide (consiliile locale şi consiliul general), pentru un candidat de partid la primăria de sector, iar o treime dintre ei au votat, în acelaşi timp, pentru un candidat independent la primăria capitalei. Cum nu se poate considera că o treime din electoratul prezent la vot este alcătuit din oameni cu personalităţi duble, teoria despre avantajul conferit de independenţă trebuie respinsă.

Tot la fel trebuie respinsă şi teoria despre „eroul antisistem". În primul rând, pentru că Sorin Oprescu nu s-a prezentat pe sine ca un erou antisistem, cel puţin nu împotriva sistemului politic de conducere a capitalei. Nu a proclamat o guvernare apolitică a capitalei, nu a cerut eliminarea consiliului local, eminamente politic angajat, şi înlocuirea lui cu un consiliu alcătuit din independenţi[1], nu a cerut modificarea atribuţiilor, puterilor sau autorităţii primarului general al capitalei pentru a conduce, independent de partide, oraşul. Dimpotrivă, a anunţat că va colabora cu sistemul, cu consiliul ales pe criterii de partid, cu primarii partidelor de la sectoare etc. În al doilea rând, încă şi mai important, pentru că, cel puţin în primul tur a fost votat de oameni care în nici un caz nu erau motivaţi să susţină un erou antisistem. Fiecare alegător a trebuit să introducă în urne, în acelaşi moment, patru buletine de vot: pentru consiliul de sector, pentru primarul de sector, pentru consiliul general şi pentru primarul general. Fiecare alegător a trebuit să voteze simultan de patru ori. Dacă îl considerăm pe Sorin Oprescu drept „eroul antisistem" avem o problemă. Pentru că fiecare bucureştean care a votat pentru el în ideea că votează împotriva sistemului a votat în acelaşi timp de trei ori (nu o dată!) în favoarea sistemului, votând consilieri locali şi generali ai partidelor şi primari ai partidelor la sectoare. Ca să fiu şi mai exact: 30,12%

1. În 2004, Traian Băsescu, prezentându-se pe sine drept candidat antisistem (anti-PSD) la alegerile pentru Primăria Generală a Bucureştiului, a solicitat bucureştenilor să-i asigure un consiliu general din coaliţia politică pe care o reprezenta pentru a putea funcţiona.

BCU LIBRARY

dintre bucureştenii prezenţi la vot au votat de trei ori în favoarea unor adversari politici ai lui Sorin Oprescu şi o dată pentru el. Iar unii dintre reprezentanţii partidelor pe care i-au votat au fost nu doar adversari teoretici ai acestuia, ci chiar critici activi ai săi în campania electorală.

Teoria eroului antisistem, a telenovelei Sorin Oprescu sau a avantajelor independenţei politice – în fapt o singură teorie cu mai multe variante – este absurdă când e pusă în contextul complex al alegerilor din capitală şi nu se sprijină pe nimic atunci când e scoasă din context. Este un mit. Ca orice mit, explică ceea ce trebuie să explice, cu condiţia să fie adoptat drept credinţă şi să nu fie supus nici celei mai timide încercări de verificare pe baza datelor empirice. Asta nu o împiedică să fie, alături de teoria „charismei" lui Sorin Oprescu, cea mai răspândită şi acceptată dintre toate „explicaţiile" cu iz ştiinţific ale succesului independentului Sorin Oprescu. Este suficient de credibilă pentru a întemeia, dacă nu proiecte politice strategice, cel puţin utopii politice. Cea mai comună se referă la candidatura sa la preşedinţia României, eventual chiar în 2009. Din păcate, oricât de atrăgătoare sau confortabilă ar fi, teoria este falsă.

Personajele politice ale alegerilor locale

În alegerile locale din capitală din iunie 2008, electoratul nu a votat persoane, ci personaje politice. Mai exact, trei tipuri de personaje politice : consilierul (membru în consiliul local), primarul de sector şi primarul capitalei.

Consilierul nu este nici prezentat şi nici perceput ca o persoană. Atât din perspectiva electoratului, cât şi din perspectiva partidelor, el este doar un simplu reprezentant al partidului care, în consiliul local, va vota aşa cum îi dictează partidul. Desigur, consilierul local nu este aproape niciodată doar o maşină de vot, realitatea politică din consiliul local fiind mult mai complexă. Dar aici nu ne interesează realitatea politică, ci personajul, aşa cum este el construit şi perceput. Pentru populaţie este un anonim, un nume pe o listă. În campania electorală este un activist de campanie, iar întreaga campanie este concentrată asupra partidului, şi nu a candidaţilor. De aceea nu avem aproape deloc candidaţi independenţi pentru consiliile locale, iar cei care sunt obţin rezultate foarte slabe. Alegerile pentru consiliile locale sunt o competiţie între partide şi, în consecinţă, oamenii votează partidele. Iar votul depinde mai puţin de candidaţii de pe liste, cât de imaginea partidelor şi confruntările purtate între vârfurile acestora. La alegerile

locale, un alegător trebuie să voteze de două ori pentru partide – pentru consiliul de sector şi pentru consiliul general al municipiului[1] –, iar asta asigură o platformă foarte bună partidelor şi slabă pentru independenţi. La vot vine mai ales electoratul partidelor. Scăderea semnificativă a prezenţei la vot la alegerile locale e cauzată tocmai de faptul că electoratul partidelor tinde să se diminueze continuu. Dar aceasta este altă problemă. Problema noastră în continuare este să stabilim cum arată personajele politice supuse votului electoratului partidelor, pentru că mai ales acesta se prezintă la urne. Mai puţin de 2,5% dintre voturile din toată ţara aparţin unor persoane care nu au votat pentru consilieri, adică pentru partide, ci au votat pentru primari, adică pentru persoane. În iunie 2008, în toată ţara, peste 97% dintre alegători au fost alegători ai partidelor şi doar un număr neînsemnat au venit la vot fără să aibă o preferinţă pentru un partid sau altul. Capitala nu a fost o excepţie.

La Bucureşti, primarul de sector este un personaj hibrid. El este întotdeauna candidatul unui partid, dar au fost cazuri în care partidul pe care îl reprezenta era un partid atât de mic, încât candidatul ar putea fi considerat independent[2]. Personajul politic pe care îl propun partidele pentru primarul de sector este în primul rând un „gospodar" al problemelor cotidiene ale locuitorilor sectorului[3]. Acest lucru rezultă nu doar din sondajele de opinie, construite special pentru a evidenţia solicitările electoratului faţă de primarul de sector ca gospodar[4], ci şi din modul în care se construieşte imaginea informală a primarului de sector de către electorat: cel care se ocupă de asfaltarea străzilor, construirea de parcări şi parcuri, strângerea gunoaielor etc. De aceea, primarii de sector candidează în mare măsură ca şi cum ar fi tehnicieni independenţi, deşi legătura lor cu partidul este esenţială. Ei beneficiază masiv de imaginea şi susţinerea partidului, dar

1. Situaţia este generală, alegătorul din provincie votând pentru consiliul local şi pentru cel judeţean.
2. Este cazul candidatului PC la alegerile pentru Primăria sectorului 4 al capitalei, care a câştigat alegerile obţinând un scor net superior propriului partid, dublu faţă de acesta, cel mai probabil convingând electoratul să voteze inclusiv în favoarea partidului pe care îl reprezenta.
3. Rolul politic real al primarului de sector este cu totul altul: gestionarea resurselor sectorului, care uneori pot fi mai mari decât ale unui judeţ, în funcţie de deciziile politice ale partidului.
4. Nu este vorba despre nici o manipulare prin sondaje. Autorii sondajelor au pur şi simplu aceeaşi concepţie despre personajul „primar de sector" ca şi partidele.

imaginea de bun gospodar poate să le aducă un număr important de voturi de la celelalte partide. Primarii de sectoare sunt personaje politice cu o puternică componentă tehnocrată, astfel încât votantul unui partid nu are o problemă de identitate politică atunci când votează primarul de sector ce candidează pentru alt partid: votează tehnocratul, şi nu reprezentantul partidului. Această compunere specială a personajului politic explică de ce o bună parte dintre primarii de partid au obţinut scoruri electorale mult peste partidele pe care le reprezentau, iar alţii, dimpotrivă.

Mult mai complicat este personajul politic al primarului capitalei. Complexitatea lui provine din două surse. Prima este miza politică excepţională asociată competiţiei pentru primăria capitalei, nu doar în Bucureşti, ci şi la nivel naţional, nu doar pentru alegerile locale, ci având şi efecte asupra alegerilor parlamentare sau prezidenţiale. La rândul ei, miza politică asociată alegerilor pentru primăria capitalei are tot două surse: i) mărimea capitalei, care concentrează 10% din populaţie şi 70% din ştirile şi comentariile din mass-media; ii) istoria politică postcomunistă, pe parcursul căreia capitala a fost în mod tradiţional un fief electoral al dreptei, chiar şi atunci când, la nivel naţional, predomina stânga. Această particularitate a făcut din Bucureşti obiectivul strategic principal al ambelor tabere în alegerile locale. Câtă vreme nu putea câştiga Bucureştiul, stânga nu putea câştiga puterea în întregime. Câtă vreme păstra Bucureştiul sub conducerea sa, dreapta avea tot timpul o bază – elitele bucureştene, autoproclamate elite naţionale – pentru renaşterea sa după o înfrângere politică şi o bază socială extrem de importantă pentru legitimarea guvernării în perioadele de dominaţie naţională.

Al doilea motiv pentru care primarul general al Bucureştiului este un personaj complicat este evoluţia sa în timp. Spre deosebire de alte personaje politice – parlamentarul, ministrul, preşedintele etc. – care au rămas relativ stabile în timp, personajul politic care este primarul capitalei s-a schimbat continuu de-a lungul anilor. Practic, fiecare nou ciclu electoral a pus electoratul capitalei în faţa unui personaj nou. Acest lucru este foarte important pentru a înţelege ce s-a întâmplat în alegerile din iunie 2008. Pentru că adevărata competiţie nu s-a purtat între candidaţi, ci între tipul de personaj politic pe care îl reprezenta fiecare. O succintă istorie a tipurilor de personaje politice definite drept „primarul capitalei" este relevantă în acest sens.

În primii trei ani de după revoluţie, Primăria capitalei a fost exclusiv o miză a luptei politice dintre stânga dominantă la nivel naţional şi dreapta, retrasă în

capitală[1], cu impact relativ restrâns asupra relaţiilor de putere dintre partide. În 1992, dreapta pierde grav alegerile naţionale, dar o alianţă le câştigă pe cele pentru Primăria capitalei, în favoarea unui personaj politic cvasinecunoscut şi ţării, şi bucureştenilor[2]. Până în 2000, ca şi în 2005, candidatul dreptei la Primăria Generală a fost desemnat pe baza raporturilor de forţe dintre partidele acesteia[3], raporturi care se puteau modifica radical pe perioada mandatului. În consecinţă, în perioada primilor şapte ani, personajul politic oferit de partide electoratului era exclusiv cel de reprezentant politic al coaliţiei de dreapta sau al PSD[4], conţinutul real al funcţiilor, atribuţiilor şi activităţii sale fiind cvasinecunoscute electoratului. Exista şi o bază mai serioasă decât imaginea politică pentru o asemenea situaţie. Ea consta în faptul că pentru viaţa cotidiană a bucureştenilor activitatea primarului conta mult mai puţin decât activitatea guvernului. În condiţiile de atunci, în care autonomia autorităţilor locale era minimă, resursele aflate la dispoziţia lor erau neglijabile în raport cu cele transferate prin decizii guvernamentale, iar autoritatea lor era net inferioară celei a instituţiilor centralizate ale statului, din punct de vedere politic primarul general al capitalei nici nu putea fi mai mult decât un simbol, iar din punct de vedere tehnic era un simplu subordonat al guvernului.

Situaţia se schimbă radical după 1997, ca urmare a creşterii autonomiei locale şi a creşterii semnificaţiei politice a primarului capitalei. În 1996-1997, cele două tabere, stânga şi dreapta, încă îşi mai puteau permite să ofere drept candidaţi la primăria capitalei „surogate" de politicieni – candidatura lui Ilie Năstase în 1996 şi a lui Viorel Lis în 1997 sunt relevante în acest sens[5]. Primarul capitalei este,

1. Alte localităţi, dominate electoral de dreapta, nu aveau semnificaţie la nivel naţional.
2. Crin Halaicu, nominal un liberal, dar slab legat de partid.
3. Liberalii în 1992, ţărăniştii în 1996 şi 1997, în 2000 dreapta nu a avut un candidat unic, democraţii în 2004 şi 2005. În 2008, din nou, dreapta nu a mai avut un candidat unic.
4. Pe atunci, PSD avea alte denumiri.
5. Ilie Năstase, candidatul stângii în 1996, nu avea nici o legătură cu politica şi a fost desemnat drept candidat de PSD în speranţa că notorietatea sa absolută şi simpatia pe care o câştigase ca sportiv, inclusiv în Occident, puteau compensa aversiunea micii burghezii bucureştene, grosul electoratului capitalei, pentru partidul lui Ion Iliescu. Invers, în 1997, Viorel Lis era un necunoscut pentru opinia publică locală, dar ca şi Videanu în 2005, juca un rol important în structura politică de partid a ţărăniştilor, respectiv a democraţilor.

după preşedintele României, politicianul ales cu cea mai mare susţinere electorală individuală şi câştigă o popularitate naţională cel puţin în perioada imediat următoare victoriei sale. Crin Halaicu nu a putut sau nu a ştiut să valorifice acest avantaj politic, dar Victor Ciorbea, câştigătorul din 1996, l-a folosit pentru a fi desemnat prim-ministru şi vicepreşedinte al PNŢ-CD. Primarul capitalei devine astfel un personaj politic major şi, cel mai important lucru, autonom, succesul său depinzând în primul rând de relaţia sa politică cu electoratul bucureştean şi mai puţin de cea cu conducerea partidului pe care îl reprezintă[1].

În 2000 se dezvoltă o situaţie politică specială. Alianţa dreptei este în plină descompunere, ascensiunea stângii este importantă chiar şi în Bucureşti, iar bătălia pentru primăria capitalei devine o luptă între trei mari partide, şi nu doar între PSD şi dreapta unificată. În consecinţă, personajul politic propus bucureştenilor nu mai este un simplu funcţionar de partid, precum Crin Halaicu sau Viorel Lis, nici o personalitate notorie, dar fără nici un fel de rădăcini politice, complet dependentă de partidul care l-a propulsat, precum Ilie Năstase sau Victor Ciorbea, ci un politician semiindependent, recomandat şi susţinut de partide, dar care se bazează mai mult pe electoratul personal decât pe cel de partid[2] şi care, în partidul pe care îl reprezintă, este definit mai ales prin nonconformismul său, ce poate merge până la conflict cu partidul. Toţi cei trei candidaţi importanţi la Primăria capitalei ai alegerilor din 2000 sunt în această situaţie – Constantin Chiriţă, care se bazează pe electoratul sectorului pe care l-a condus până atunci şi care este în conflict cu un PNŢ-CD în descompunere ; Sorin Oprescu, care se bazează pe popularitatea sa la electoratul de stânga, dar nu neapărat PSD, şi se află în conflict şi cu organizaţia locală a PSD şi cu o bună parte din partid, şi Traian Băsescu care se bazează pe popularitatea câştigată prin agresivitatea dovedită în timpul cât a participat la guvernare şi se află în competiţie directă cu propriul lider de partid, Petre Roman. Acest tip de personaj politic „rebel", ce

1. Relaţia este mai complicată, pentru că are nevoie de partid la desemnarea sa drept candidat şi în campania electorală. Până în 2008, când Sorin Oprescu a dovedit că această dependenţă de partid nu este esenţială, se considera că un candidat nu poate câştiga fără o organizaţie de partid puternică care să îl sprijine.
2. Acest lucru este adevărat pentru primul tur. În turul al doilea, fiecare candidat conta pe redistribuirea electoratului după criteriul politic al apartenenţei la cele două tabere – stânga şi dreapta.

îmbină trăsături politice definitorii pentru partid cu trăsături politice personale, susţinerea electoratului de partid cu susţinerea electorală obţinută printr-un mesaj politic uneori opus partidului, mesajul politic cu mesajul managerial[1], este personajul politic prezentat alegătorilor în 2000 de cel puţin trei dintre partidele importante[2]. Deoarece cei trei candidaţi principali interpretau acelaşi personaj politic, în final a câştigat acela care a putut reface unitatea dreptei, dominante în Bucureşti. S-a nimerit să fie Traian Băsescu, ca rezultat al unei întâmplări norocoase – a obţinut cu 4.000 de voturi (0,66%) mai mult decât candidatul ţărănist[3].

Personajul oferit electoratului în 2000 evoluează în perioada următoare, întărindu-şi semnificativ latura politică. Traian Băsescu valorifică susţinerea electorală câştigată în 2000 pentru a prelua conducerea propriului partid şi a deveni un lider politic major al opoziţiei faţă de PSD. Pe tot parcursul mandatului său de primar, din 2001 şi până în 2004, Traian Băsescu utilizează cu succes atuurile politice majore pe care le are primarul capitalei ca om politic, chiar în condiţiile în care performanţa sa managerială este submediocră. Prin activitatea sa politică şi nu prin performanţe de „bun gospodar" ajunge Traian Băsescu să-şi mărească substanţial şansele de a câştiga un nou mandat de primar al capitalei în 2004.

În acelaşi timp, PSD, partidul aflat la guvernare, avea o problemă majoră generată de contradicţia dintre strategia sa ca partid şi strategia politică indispensabilă pentru a câştiga Primăria capitalei. Strategia sa ca partid era centralizarea puterii. PSD a făcut mari eforturi în perioada în care a fost la guvernare pentru a întări disciplina de partid, birocratizând în interiorul partidului funcţiile politice ale conducătorilor naţionali şi centrali ai acestuia, mai ales ale politicienilor aleşi la nivel local. Fenomenul nu a fost specific doar PSD, toate partidele au procedat

1. Mesajul managerial se baza pe performanţa ca primar de sector a lui Constantin Chiriţă, pe cea de ministru a lui Traian Băsescu şi pe cea de medic a lui Sorin Oprescu.
2. Singurul partid important care a ratat acest tip de personaj politic a fost PNL, al cărui candidat (George Pădure) a reprodus caracteristicile vechiului personaj politic şi a obţinut doar 7% dintre voturi.
3. Această „buturugă mică" a avut efect mari. Istoria politică a României ar fi arătat cu totul altfel dacă Constantin Chiriţă câştiga Primăria capitalei în 2000. 5000 de voturi (0,7% din total) în plus acordate ţărăniştilor în 2000, ar fi însemnat intrarea CDR în Parlament, iar Traian Băsescu nu ar fi ajuns preşedinte al României în 2004.

asemănător[1]. Pentru personajul politic care era primarul capitalei, nevoia de centralizare a partidelor are consecinţa importantă că personajul oferit electoratului îşi diminuează dramatic componenta politică, redevenind un simplu funcţionar de partid. Doar că acest impact nu a fost distribuit egal asupra celor două tabere în competiţie pentru voturile bucureştenilor. A contat foarte mult o conjunctură specială: candidatul ADA, Traian Băsescu, nu avea cum să fie un simplu funcţionar de partid pentru motivul simplu că el era preşedintele unuia dintre cele două partide care alcătuiau ADA şi copreşedinte al dreptei unite. Personajul politic pe care l-a propus dreapta ca primar al Bucureştiului în 2004 a fost, de aceea, automat, cel mai autentic şi mai autonom lider politic care a intrat vreodată în competiţia pentru primărie. Invers, PSD nu putea propune decât un funcţionar de partid şi exact asta a făcut. Sigur, a propus cel mai sofisticat şi mai elitist model de funcţionar de partid ce putea fi imaginat – cel de diplomat, ilustrat exemplar de Mircea Geoană, dar a pierdut spectaculos, aşa cum era de aşteptat, chiar din primul tur[2]. Victoria lui Traian Băsescu a fost o victorie politică majoră care i-a permis acestuia să legitimeze un nou pas înainte ca lider politic: înlăturarea lui Theodor Stolojan drept candidat la preşedinţia ţării din partea dreptei, preluarea candidaturii şi câştigarea alegerilor prezidenţiale. După care a fost nevoit să facă faţă aceleiaşi conjuncturi care dusese la înfrângerea PSD şi să fie, la rândul său, înfrânt. E drept că nu direct, ci prin intermediar. Dar, mai întâi, dreapta a obţinut victoria din 2005.

În 2005 era rândul dreptei să fie la putere şi, datorită dorinţei de centralizare a puterii politice, să renunţe la primarul capitalei ca personaj politic şi să-l înlocuiască cu personajul „funcţionar de partid", rol încredinţat lui Adriean Videanu. Conjunctura era acum favorabilă PSD, permiţându-i să propună un personaj politic după „modelul 2000", adică un lider relativ rebel, nonconformist, legitimat în electorat şi în forţele proprii mai degrabă decât în partid etc. În 2005,

1. Forma extremă a procesului de centralizare a fost atinsă de PNL care a eliminat complet democraţia de partid odată cu preluarea conducerii de către Theodor Stolojan, acordându-i acestuia puteri discreţionare. Mai discret, Traian Băsescu a obţinut centralizarea puterii în PD prin eliminarea din partid a tuturor acelor lideri care aveau pretenţii de autonomie, chiar minimă. Cei mai mulţi dintre aceştia au fost recuperaţi de către PSD care, însă, le-a impus aceeaşi rigidă subordonare.
2. 417.000 de voturi obţinute de Băsescu, faţă de doar 226.000 obţinute de Mircea Geoană.

primăria a fost câştigată de „funcţionar" şi pierdută de „politician"[1]. Dar a fost o victorie datorată mai degrabă influenţei câştigării alegerilor prezidenţiale şi preluării guvernării de către ADA decât un meci între personajele politice. La fel cum candidatura lui Marian Vanghelie, un politician abil, dar respins de clasa mijlocie bucureşteană – grosul electoratului din capitală –, nu a fost o alegere inspirată din partea PSD.

Rezumând această trecere în revistă a alegerilor pentru primarul capitalei, putem identifica o tendinţă principală. Personajul politic care tinde să se afirme din ce în ce mai puternic ca preferat al electoratului din 1992 şi până în 2008 este liderul politic local, relativ autonom în raport cu guvernul sau conducerile naţionale ale partidelor, dar totuşi integrat într-un partid politic, cu o identitate politică şi ideologică asumată, bazându-se pe bucureşteni pentru a şi-o afirma în cadrul partidului şi utilizând-o ca pe o trambulină pentru ascensiunea la nivel naţional. Fiind vorba despre politica reală şi nu de Hollywood, această tendinţă nu se impune ca victorioasă de la început şi nici nu este continuă. Ea are numeroase oscilaţii, în funcţie de conjuncturile în care se desfăşoară alegerile, de actorii care interpretează personajele politice şi de presiunile exercitate în interiorul partidelor pentru disciplinarea liderilor locali, pe măsură ce partidele se centralizează şi se birocratizează. După vârful din 2000, când toate partidele au adoptat tocmai acest personaj politic ca ofertă pentru electoratul bucureştean, tendinţa este contracarată atât în 2004 de PSD, cât şi în 2005 de ADA, cu rezultate contradictorii. În 2004, primarul-politician îl înfrânge cu uşurinţă pe primarul-funcţionar. În 2005, primarul-funcţionar îl înfrânge pe primarul-politician, dar preţul plătit este cea mai slabă participare la vot din istoria alegerilor postcomuniste în Bucureşti.

Aceasta lecţie trebuiau să o înveţe strategii partidelor până în 2008 şi să proiecteze campania din iunie în funcţie de învăţăturile ei. Motivul pentru care nu au învăţat-o este oarecum surprinzător, dar uşor de înţeles. Nu au sesizat această tendinţă politică pentru că nu au căutat-o. Perioada electorală 1996-2008 a fost dominată de marketingul politic[2] în dauna politicului. Pe măsură ce partidele se

1. Adrian Videanu (ADA): 231.000 de voturi, mai puţin decât Geoană cu un an înainte; Marian Vanghelie (PSD): 129.000 de voturi. Prezenţa la vot a fost doar de 27,8%.
2. Tehnici de prezentare a candidaţilor, de comunicare cu electoratul, de combatere a adversarilor şi de atragerea a votanţilor în favoarea unui candidat, cele mai multe inspirate din marketingul comercial.

birocratizau, iar politica se reducea tot mai mult la confruntarea dintre elite în locul unei confruntări între marile grupuri sociale ale societăţii, relaţia dintre politicieni şi electorat se modifică şi ea. Politicienii au din ce în ce mai puţine lucruri de spus electoratului – ei se preocupă de elite – şi, în schimb, depind tot mai mult de relaţiile de putere dintre ei. Aceste două caracteristici au drept consecinţă colaterală creşterea exponenţială a costurilor politicii. Omul politic de până pe la începutul anilor 2000, depindea de capacitatea sa de a relaţiona cu mari categorii de electorat şi de politicile pe care le putea oferi acestora – ţărani, chiriaşi, proprietari, muncitori etc. Omul politic de după 2000 depinde mai ales de capacitatea sa de a se alia cu alţi oameni politici din propriul partid sau din alte partide, ca şi de resursele financiare necesare pentru a interpune între el şi electorat specialişti în marketing politic, capabili de a-i „construi imaginea" astfel încât să obţină voturi. Costurile acestei „construcţii de imagine" sunt la fel de mari ca şi costurile necesare impunerii unui produs pe piaţă, iar politicienii abili în intriga politică nu sunt neapărat în acelaşi timp şi politicieni care au ceva de spus, din punct de vedere politic, electoratului. Rezultatul acestui proces a fost o excepţională cerere pentru marketing politic, ca substitut al relaţiei dintre politică şi electorat.

Nu ştiu câţi votanţi a putut marketingul politic să deplaseze între o tabără şi alta, în timp şi în multele campanii electorale, dar cu siguranţă promotorii acestuia au reuşit să-i convingă pe oamenii politici că succesul politic se datorează tehnicilor de marketing şi nu mesajului politic. În consecinţă, atunci când au fost nevoiţi să explice o victorie sau un eşec, promotorii marketingului politic le-au explicat prin virtuţile afişelor, lozincilor, clipurilor, cadourilor, ţinutei, vocabularului şi ale tuturor celorlalte tehnici de vânzare pe care se bazează marketingul politic. Singurul lucru la care nu s-au gândit niciodată ca o explicaţie posibilă a fost electoratul. Această abordare este specifică marketingului comercial, care consideră întotdeauna cumpărătorul ca pe un receptor pasiv şi manipulabil al publicităţii, iar vânzătorul ca pe un actor activ şi „viclean" al pieţei. Şi se potriveşte cu o anumită ideologie a elitelor româneşti, care se consideră încă un fel de aristocraţie naţională, net superioară maselor pe care îşi închipuie că le conduc[1]. În consecinţă, victoriile unor actori politici au fost explicate prin ingeniozitatea unor tehnici de

1. O consecinţă importantă a acestei ideologii aristocratice este legitimarea guvernării împotriva populaţiei, în vreme ce guvernarea în favoarea populaţiei este considerată, depreciativ, a fi doar „populism".

marketing utilizate în campaniile electorale, iar eşecurile prin inferioritatea aceloraşi tehnici. Merită menţionat că la baza unei asemenea paradigme stă o convingere foarte puţin întemeiată – aceea a inferiorităţii intelectuale şi politice a electoratului faţă de: i) politicieni; ii) specialiştii în marketing, dar atât de plăcută oamenilor politici şi specialiştilor în marketing, încât nu au avut reţineri în a o adopta.

Această convingere avea să fie brutal şi convingător sfărâmată de rezultatul alegerilor pentru Primăria capitalei în 2008, care a dovedit, între altele, că tehnicile de marketing electoral au un efect minor asupra votului, în vreme ce, dimpotrivă, evoluţiile electoratului au unul major.

Personajele politice ale alegerilor din 2008

În 2008, marile partide şi mass-media şi-au unificat din nou, precum în 2000, modelele de personaj politic oferit bucureştenilor pentru funcţia de primar al capitalei, dar de data aceasta au ales primarul-funcţionar, „bunul gospodar" propus şi susţinut de partidele politice. Această alegere nu este câtuşi de puţin întâmplătoare, ci a fost impusă de evoluţia partidelor politice spre centralizare şi spre concentrarea pe intriga din interiorul partidelor şi a clasei politice mai degrabă decât pe relaţia cu electoratul. Cele două procese evoluaseră suficient de mult în perioada 2000-2008 pentru ca nici unuia dintre partide să nu-i mai convină crearea unui nou şi puternic lider electoral printr-un câştigător al alegerilor în capitală. Era o alegere făcută în cunoştinţă de cauză. Toate partidele au apelat la sondaje de opinie publică cu mult înainte de alegerile din iunie pentru a identifica personalităţile cu cele mai multe şanse de a colecta voturile bucureştenilor. Rezultatele acestora indicau, pentru fiecare mare partid în parte, exact acele personalităţi care puteau interpreta cel mai bine rolul personajului primarul-politician, aşa cum a fost el descris mai sus. Pentru PD-L, acesta era Robert Negoiţă, primar al sectorului 3, recunoscut ca „bun gospodar", dar, în acelaşi timp, slab asociat partidului din care făcea parte şi cu un potenţial ridicat de discurs politic de succes. Pentru PSD, acesta era Sorin Oprescu, a cărui imagine de nonconformist fusese întărită după ultima sa înfrângere (2000) prin conflictele sale atât cu organizaţia PSD Bucureşti, cât şi cu conducerea naţională a partidului, ambele pierdute. Căci, după ce în perioada 2001-2004 a guvernării PSD, Sorin Oprescu nu s-a remarcat decât prin incapacitatea sa de a urca în ierarhia de partid, fiind

nevoit să se retragă ca simplu parlamentar şi manager de spitale, în perioada 2005-2008, când PSD era în opoziţie, s-a remarcat prin două noi înfrângeri: abandonarea conducerii organizaţiei municipale Bucureşti în favoarea lui Marian Vanghelie şi pierderea confruntării cu Mircea Geoană pentru conducerea PSD. Cu toate acestea, în preajma alegerilor electorale din 2008 era printre preferaţii bucureştenilor[1]. Dar ambele partide au decis să desemneze candidaţi la Primăria capitalei cu o susţinere electorală net inferioară[2], dar buni funcţionari ai partidelor lor. Reversul medaliei bunului-funcţionar în partid este, pentru public, personajul politic al „bunului gospodar" oferit electoratului. Strategia electorală a partidelor şi a campaniilor electorale a fost concentrată asupra construcţiei imaginii de bun gospodar pentru candidaţii partidelor, în primul rând, şi asupra impunerii problematicii specifice „bunului gospodar" drept agendă electorală a populaţiei. De la sondajele de opinie şi până la structura emisiunilor electorale ale canalelor de televiziune, trecând prin tehnicile de marketing, prin structura afişelor şi conţinutul sloganelor de campanie şi terminând cu temele comentariilor şi „analizelor" politice, întreaga campanie a fost concentrată asupra problemelor tehnice ale funcţionării capitalei. Ideea fundamentală era că bucureştenii trebuie să aleagă drept primar pe acela care oferă cele mai bune soluţii tehnice de rezolvare a unor probleme de tipul traficului congestionat, a colectării gunoiului, a asfaltării străzilor, a parcărilor etc. Nimic politic, nimic referitor la opţiuni politice majore, precum sărăcia, preţurile, energia, munca la negru, taxele locale, clientela şi corupţia, poluarea, protecţia mediului, învăţământul şi sănătatea etc. Această lipsă nu era deloc neintenţionată. Partidele nu intenţionau câtuşi de puţin să transforme bătălia pentru primăria capitalei într-o confruntare politică majoră între lideri politici potenţiali. Dimpotrivă, intenţia lor era să diminueze conţinutul politic al alegerilor locale, acesta fiind rezervat alegerilor naţionale şi, în consecinţă, liderilor naţionali ai partidelor.

Tot acest mecanism, aparent bine pus la punct, a fost dat peste cap de decizia lui Sorin Oprescu de a candida independent, în momentul în care partidul său

1. Sondajul efectuat de compania „Avangarde" în februarie 2008 indica 19% din electorat în favoarea lui Negoiţă şi 16% în favoarea lui Sorin Oprescu, în condiţiile în care nici unul dintre aceştia nu era desemnat drept candidat pentru primărie al partidului său.
2. În acelaşi sondaj, Vasile Blaga, candidatul PD-L la primărie, colecta doar 6% dintre preferinţele electorale, în vreme ce candidatul oficial al PSD, Cristian Diaconescu, nici măcar nu apărea în sondaj.

(PSD) a decis să prezinte drept candidat la primărie un bun funcţionar. În momentul în care a luat această decizie, Sorin Oprescu se afla într-o situaţie bună, dar departe de a fi câştigătoare. Notorietatea sa era completă, urmare a candidaturilor sale anterioare şi a publicităţii din jurul conflictelor interne din PSD. Încrederea bucureştenilor în Sorin Oprescu, deşi nu majoritară, era şi ea ridicată, mai ales datorită încrederii scăzute a electoratului tocmai în acei lideri ai PSD cu care Sorin Oprescu intrase în conflict. O serie de erori în gestionarea problemei Sorin Oprescu, făcute atât de PSD, cât şi de celelalte partide, au contribuit semnificativ atât la creşterea popularităţii sale, cât şi a „simpatiei"[1] pentru acesta. În final, această „simpatie" a devenit încredere, încrederea a devenit relaţie cu electoratul, iar aceasta din urmă s-a concretizat în câştigarea alegerilor pentru primăria capitalei de către Sorin Oprescu. „Învăţăturile" acestei victorii pot fi rezumate astfel:

1. Principala competiţie care s-a purtat în alegerile pentru primăria generală a capitalei a fost cea dintre personajele politice oferite electoratului. Partidele au oferit personajul „bunul gospodar" (imaginea electorală a bunului funcţionar de partid), în vreme ce Sorin Oprescu a oferit personajul „liderului politic" al bucureştenilor.
2. „Cheia" succesului lui Sorin Oprescu în campania electorală a fost strategia electorală a acestuia. Ea a avut două caracteristici esenţiale.
   a) *Apărarea* a constat în refuzul de a accepta modelul „bunului gospodar" drept model al personajului primar, dublată de refuzul de a accepta agenda referitoare la probleme tehnice cu soluţii evident tehnice drept tematică a campaniei electorale. Discursului tehnic – cu hărţi, tabele, parametri, cifre etc. – al tuturor candidaţilor partidelor mari, Sorin Oprescu i-a opus un discurs politic, referitor la sănătate, învăţământ, preţuri, sărăcie, corupţie şi administraţie. Problemele tehnice au fost abordate de Sorin Oprescu fie politic[2], fie utopic[3]. În acest fel, Sorin Oprescu a reuşit să opună tematicii tehnice

1. „Simpatia" nu este un indicator al intenţiei de vot, pentru că nu este un motivant al acesteia. Cu toate acestea, într-o campanie electorală ea joacă rolul important de a face un alegător permisiv la mesajul candidatului. Dacă mesajul este bine construit, atunci „simpatia" se poate transforma în „încredere", care poate motiva votul.
2. Întrebare: „De unde veţi lua bani pentru proiectele dumneavoastră?". Răspuns: „Dacă reduc şpaga la jumătate, voi avea bani pentru toate proiectele". Acest răspuns este contabil incorect, dar politic câştigător.
3. Autostrada suspendată care traversează Bucureştiul. A fost ironizată în mass-media drept „autostrada zburătoare", ceea ce a confirmat pentru alegători ideea unor soluţii politice radicale, acolo unde ceilalţi candidaţi propuneau soluţii „cuminţi", tehnice.

impuse de combinaţia dintre partidele politice şi mass-media o tematică politică, ce a luat pe nepregătite atât partidele, cât şi mass-media. Nu a reuşit să o impună, dar a reuşit să i-o opună.

b) *Atacul* a constat în atacarea nu a personajului politic al „bunului gospodar" oferit de partide electoratului, ci în atacarea tipului real de politician aflat în spatele personajului „bunul gospodar" – funcţionarul de partid. Singura temă politică reală pe care Sorin Oprescu a reuşit să o impună în campania electorală a fost cea a competiţiei dintre reprezentantul partidului împotriva reprezentantului electoratului. S-a prezentat pe sine însuşi drept reprezentant al electoratului, în virtutea calităţii sale de independent, iar pe toţi ceilalţi drept funcţionari ai partidelor pe care le reprezintă. S-a prezentat pe sine drept „slujitor" (ministru) al electoratului şi i-a prezentat pe toţi ceilalţi drept „slujitori" (miniştri) ai liderilor propriilor partide. Cum partidele îi prezentaseră ele însele astfel[1] şi cum electoratul oricum ştia că aceasta este realitatea, atacul a avut succes[2].

3. Superioritatea mesajului politic este transferată automat în superioritatea tehnică a candidatului. Apărarea lui Sorin Oprescu s-a bazat pe opunerea unui mesaj politic unui mesaj tehnic. Eficienţa acestui procedeu a fost relativ ridicată. Potrivit sondajelor de opinie, opţiunea politică pentru Sorin Oprescu s-a tradus în calităţile sale tehnice, în imaginea electoratului care îl susţinea fără nici o bază reală. Votanţii lui Sorin Oprescu l-au creditat cu superioritate tehnică – trafic, parcări etc. – asupra contracandidaţilor săi, deşi campania lui Sorin Oprescu nu le-a oferit nici un argument în acest sens.
4. Marketingul politic al lui Sorin Oprescu a fost de departe cel mai puţin profesionist dintre toate. Această lipsă de profesionalism nu l-a împiedicat să câştige[3]. În acelaşi timp, resursele financiare şi umane utilizate de Sorin

1. Traian Băsescu l-a prezentat pe Vasile Blaga drept câinele său credincios şi rău – un buldog.
2. Acest atac a fost excepţional reprezentat artistic de ultimul clip de campanie al lui Sorin Oprescu, care a valorificat metafora lui Traian Băsescu despre Vasile Blaga ca „buldog", printr-un câine care are un „stăpân", iar acesta nu este electoratul bucureştean. Clipul este extrem de sugestiv, dar impactul său electoral a fost minim. Electoratul deja ştia despre ce este vorba.
3. Este însă probabil ca un marketing politic făcut cu mijloace profesioniste să îi fi maximizat victoria.

Oprescu au fost cele mai reduse dintre toate. Faptul că alegerile au fost câştigate de cel mai „sărac" dintre candidaţi, de cel cu cea mai redusă influenţă politică şi, în acelaşi timp, de cel cu cea mai neprofesionistă echipă de campanie dovedeşte că definirea relaţiei cu electoratul este mult mai importantă decât definirea relaţiei candidatului cu elitele.

5. Aceste concluzii trebuie însă bine temperate atât cu propriile lor limite, cât şi cu limitele succesului lui Sorin Oprescu.
   a) Mesajul de „independenţă" politică a lui Sorin Oprescu a fost acceptat doar parţial de către electorat. 60% dintre voturile sale au venit din partea electoratului PSD, care a continuat să îl considere un reprezentant, chiar dacă „rebel", al partidului lor preferat, pe care l-au preferat candidatului „bun funcţionar" al partidului. Independenţa politică i-a permis totuşi să colecteze şi voturi ale simpatizanţilor altor partide.
   b) Credibilitatea politică a lui Sorin Oprescu a fost totuşi extrem de redusă. În primul tur al alegerilor, el nu a reuşit să mobilizeze în susţinerea sa decât 164.000 de oameni, mai puţin de 10% [sic!] din populaţia cu drept de vot a capitalei. Sigur, a obţinut cele mai multe voturi pentru primarul capitalei în primul tur de scrutin, dar obiectivul strategic, acela de a mobiliza bucureştenii în susţinerea sa, nu a fost atins. Peste 90% dintre bucureşteni au ales fie să stea deoparte de alegeri, fie (70% dintre cei care au venit la vot) să susţină alţi candidaţi. Sorin Oprescu a mizat pe susţinerea politică împotriva susţinerii de către partid şi a câştigat. Dar susţinerea politică pe care a obţinut-o a fost minimă.
   c) Lipsa de profesionalism a campaniei şi-a spus şi ea cuvântul. În condiţiile date, capacitatea candidatului Sorin Oprescu de a-şi comunica mesajul politic populaţiei a fost redusă. Inferioritatea sa în materie de marketing politic nu l-a împiedicat să câştige, dar cu siguranţă l-a împiedicat să mobilizeze un electorat mai numeros.

BCU IASI

Partea a III-a

Disputa sondajelor

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Precizia în sondaje. Ce este rezonabil să aşteptăm de la sondajele în teren?

Cecilia Zavaleche

Sondajele de opinie reprezintă unul dintre cele mai puternice şi mai eficiente instrumente de cunoaştere a fenomenelor sociale, oferind posibilitatea studierii unei populaţii numeroase, care este destul de dificil de investigat în totalitate din cauza costurilor considerabile şi/sau a timpului necesar unei cercetări exhaustive.

Un loc aparte în cadrul sondajelor de opinie este ocupat de sondajele politice, acestea fiind şi cele mai controversate, generând uneori discuţii aprinse la care participă deopotrivă jurnalişti şi oameni politici. Discuţiile respective sunt de cele mai multe ori alimentate de publicarea în momente apropiate a unor sondaje realizate de institute diferite, alteori de comparaţiile între rezultatele sondajului şi rezultatele oficiale înregistrate la ultimul scrutin sau chiar de afirmaţiile mai mult sau mai puţin argumentate ale unor jurnalişti că datele de sondaj sunt distorsionate voit sau din cauza neprofesionalismului celor care le realizează. De multe ori intervine şi interpretarea defectuoasă a rezultatelor de sondaj, cauzată de slabe cunoştinţe privind această tehnică de cercetare şi cunoaştere a realităţii ce are la bază teoria matematică a probabilităţilor. Acesta este motivul pentru care, aşa cum sugerează şi titlul, voi încerca să prezint foarte succint şi fără a intra în detalii tehnice care sunt limitele între care pot fi acceptate rezultatele unui sondaj de opinie.

Este aproape de la sine înţeles că, în încercarea de a aproxima parametrii sau comportamentul unei întregi populaţii, studiind în fapt doar o mică parte a ei, se produc o serie de erori. O parte dintre acestea sunt cauzate de faptul că nu e investigată întreaga populaţie supusă observării (acestea se mai numesc şi *erori de reprezentativitate a eşantionului*), iar o altă parte dintre erori sunt cauzate de

modul în care se face culegerea informaţiei. În timp ce dimensiunea primului tip de eroare, aceea de reprezentativitate a eşantionului, se poate calcula riguros matematic graţie teoriei probabilităţilor, în funcţie de algoritmul concret de selectare a eşantionului şi de volumul lui, celelalte, respectiv cele cauzate de modul de culegere a informaţiei, sunt destul de dificil de cuantificat. Nu mă voi referi aici la erorile legate de culegerea datelor produse de instrumentele de cercetare, de construcţia chestionarului, de operatorii de interviu sau chiar de persoanele intervievate, pentru că reuşita minimizării efectului acestor erori depinde de experienţa şi profesionalismul institutului ce realizează cercetarea. Mă voi referi deci, în continuare, cu precădere la eroarea teoretică, cea cauzată de cercetarea selectivă, care, deşi ţine de hazard, poate fi calculată în funcţie de caracteristicile populaţiei studiate, mărimea eşantionului şi procedura de eşantionare folosită.

În cazul unui sondaj de opinie care îşi propune să măsoare preferinţele politice ale electoratului la nivel naţional, universul cercetării este constituit din populaţia cu drept de vot a României, care, conform datelor oficiale, este în jur de 18 milioane. De cele mai multe ori, institutele de sondaj realizează astfel de cercetări pe eşantioane de aproximativ 1.200 de persoane, iar marja de eroare anunţată este de trei puncte procentuale corespunzătoare unui nivel de încredere de 95%. Eroarea este calculată după o formulă valabilă în cazul eşantioanelor simple aleatorii, deşi de fiecare dată eşantioanele utilizate sunt multistadiale cu stratificarea unităţilor primare de selecţie din primul stadiu. Stratificarea este de cele mai multe ori proporţională cu regiunile istorice (cel puţin patru regiuni) şi/sau tipul de localitate (mai multe tipuri de urban şi mai multe tipuri de rural, clasificate după diverse criterii), iar stadiile de selecţie parcurse sunt, în ordine, următoarele: mai întâi sunt selectate localităţile, în interiorul acestora secţii de vot, iar în secţiile de vot persoanele ce sunt intervievate, dacă selecţia se face după listele de alegători. Dacă selecţia se face *random route*, se parcurg încă două stadii de selecţie: gospodăriile, iar în interiorul gospodăriilor persoana cu care se realizează interviul. O astfel de schemă de eşantionare face destul de dificil calculul erorii corespunzătoare (calculabilă pentru fiecare dintre parametrii populaţiei pentru care se fac estimări). Pentru simplificare, în cazul sondajelor de opinie, se acceptă fără a greşi prea mult[1] calculul marjei de eroare cu formula utilizată în

1. Fiecare stadiu de selecţie îşi aduce contribuţia la calculul erorii de reprezentativitate, cea mai mare contribuţie având-o eroarea din primul stadiu. Stratificarea unităţilor primare din primul stadiu de selecţie are însă un rol important în menţinerea erorii la un nivel comparabil cu cel obţinut în eşantioanele simple aleatorii.

cazul eşantioanelor simple aleatorii cu probabilităţi egale de selecţie ; mai mult, aceasta nu este calculată pentru fiecare variabilă, ci se calculează eroarea maximă pentru estimarea unei proporţii.

Putem accepta până la urmă, cu o probabilitate de 95%, că eroarea cu care este estimată proporţia persoanelor care au o anumită proprietate, investigând un eşantion de aproximativ 1.200 de persoane, nu depăşeşte 3%[1]. Cu alte cuvinte, procentul real existent în întreaga populaţie a persoanelor cu această proprietate se găseşte în intervalul (p - 3%, p + 3%) (unde p este valoarea obţinută din date de sondaj de volum 1.200), pentru 95% dintre toate eşantioanele posibile de această dimensiune. Prin urmare, rămân 5% dintre eşantioane care dau rezultate mai îndepărtate de procentul real existent în populaţie, acest aspect fiind tolerat în cercetările sociologice, dar de neacceptat în alte domenii, cum ar fi cel farmaceutic sau siguranţa traficului aerian. În aceste domenii şi în multe altele în care precizia este deosebit de importantă, estimările se fac cu o rezoluţie mult mai mare, în sensul că intervalele (numite intervale de încredere) pentru parametrii populaţiei sunt mult mai strânse în jurul valorilor estimate, iar probabilitatea cu care acestea sunt garantate (care este de 95% în cazul sondajelor de opinie) este mai mare, ajungând chiar la 99,9%. Dar să revenim la sondajele de opinie.

Văzând rezultatele unui sondaj de opinie cu temă politică publicat în presă respectând cerinţele legii privind specificarea beneficiarului, a perioadei de aplicare, volumului eşantionului (să zicem 1.200) şi a marjei de eroare (3%), orice telespectator, cititor sau ascultător (după caz) ar fi îndreptăţit să pună următoarea întrebare : „Dacă intenţiile de vot declarate în sondaj pentru partidul X însumează 2%, iar marja de eroare este de 3%, atunci putem garanta cu o probabilitate de 95% doar că intenţiile de vot pentru acest partid în întreaga populaţie cu drept de vot ar fi undeva în intervalul (-1%, 5%)? Pentru că în această situaţie estimarea prin sondaj se dovedeşte a fi inutilă". În realitate, eroarea cu care se face estimarea unei proporţii care se află în jurul valorii de 2% este mai mică de 1%. Aceasta se explică prin faptul că, aşa cum spuneam, mărimea erorii de eşantionare poate fi calculată pentru fiecare parametru al populaţiei care

1. Destul de des utilizată de sociologi este formula improprie „eroarea este de 3%", ceea ce ar însemna de fapt, în limbaj statistic, că procentele estimate de sondaj se pot abate de la procentul real doar cu 3% din valoarea estimată! Vom accepta totuşi în continuare această formulare cu sensul mai sus explicat pentru simplificarea expunerii.

se estimează prin sondaj, dar din comoditate sau pentru simplificare, se alege anunţarea unei erori maxime, acoperitoare pentru toţi parametrii estimaţi.

În cazul sondajelor de opinie cu temă politică, atât pentru jurnalişti, cât şi pentru oamenii politici, estimarea procentelor pe care le-ar obţine partidele politice din totalul voturilor este de departe cel mai aşteptat, mai interesant, dar şi cel mai controversat rezultat. Or, tocmai aici institutele de sondaj ar trebui să facă nişte precizări suplimentare. Dacă eşantionul investigat este de 1.200 de persoane, iar la întrebarea privind intenţiile de vot procentul celor care fie nu răspund, fie sunt nehotărâţi, fie declară că nu vor merge la vot este în general în jur de 35% în cazul unei întrebări închise, înseamnă că subeşantionul celor care îşi declară intenţia de vot este de aproximativ 780 de persoane. În situaţia în care întrebarea este una deschisă, adică persoanelor intervievate nu li se prezintă o listă de partide sau de candidaţi din care să aleagă, ci trebuie să numească partidul sau candidatul cu care ar vota, atunci numărul celor care nu dau un răspuns este şi mai mare, ajungând chiar la 50% din volumul eşantionului. Atunci eroarea cu care se face estimarea procentelor obţinute de partide ar trebui calculată corespunzător cu dimensiunea acestui subeşantion şi poate ajunge până la 4%. Într-o situaţie similară se găsesc şi estimările făcute la nivelul diverselor subpopulaţii. Deşi la publicarea sondajelor de opinie se alege să se anunţe eroarea maximă, acoperitoare pentru toţi parametrii estimaţi, acest lucru este valabil doar pentru estimările care reprezintă un procent din întregul eşantion. Parametrii măsuraţi pentru diverse subpopulaţii (de exemplu, intenţiile de vot în rândul tinerilor cu vârsta între 18 şi 24 de ani) sunt estimaţi cu erori corespunzătoare mărimii acestei subpopulaţii în eşantionul total. Ar fi de preferat atunci ca în prezentarea rezultatelor sondajului să fie precizată eroarea cu care se fac estimaţii la nivelul subpopulaţiilor, dar şi atunci se pot produce confuzii în interpretarea datelor, pentru că simpla diferenţă aritmetică dintre parametrii măsuraţi la nivelul acestora, deşi destul de mare uneori, se poate dovedi a fi nesemnificativă statistic.

Nu de puţine ori s-au iscat adevărate dispute mediatice generate de compararea estimărilor privind intenţiile de vot din sondaje realizate de institute diferite, punându-se chiar şi diferenţe de 2-3% între scorurile obţinute de acelaşi partid în cele două cercetări pe seama neprofesionalismului sau a intenţiei de inducere în eroare. Totuşi, chiar şi diferenţe de 5-6% nu ar trebui să ridice semne de întrebare, mai ales dacă acestea sunt înregistrate pentru partidele din fruntea clasamentului, pentru că este cunoscut faptul că estimarea proporţiilor apropiate de 50% se face cu o eroare mai mare decât a celor apropiate de 0 sau 100%. Dacă cele două

sondaje s-au realizat în aceeaşi perioadă de timp şi cu metodologii similare, este foarte probabil ca abaterile înregistrate de cele două institute să fi fost în direcţii diferite, iar media celor două rezultate de sondaj ar putea fi o estimare mai aproape de realitate decât măcar una dintre cele două. Cu aceeaşi înţelegere şi prudenţă ar trebui privite şi diferenţele dintre procentele obţinute în două sondaje diferite ale aceluiaşi institut. Fiind vorba despre două eşantioane diferite, uneori chiar şi diferenţe considerabile, de 4-5% nu pot fi puse imediat pe seama creşterii sau descreşterii intenţiilor de vot pentru partidul X sau a încrederii în liderul Y. Acest lucru se poate decide în urma unei analize mai complexe decât simpla diferenţă aritmetică, prin teste de semnificaţie statistică, dar şi luându-se în calcul evoluţia anterioară a itemului testat – mai precis, dacă acesta se înscrie pe un trend ascendent sau unul descendent.

Deşi de obicei întrebarea referitoare la intenţiile de vot sună cam aşa: „Dacă duminica viitoare ar fi organizate alegeri parlamentare, cu care partid (sau, mai nou, în cazul votului uninominal, cu candidatul cărui partid) aţi vota?", rezultatele obţinute în urma sondajului nu reprezintă *predicţii* asupra votului, aşa cum de multe ori sunt prezentate în presă. Semnificaţia marjei de eroare în acest caz este următoarea: *dacă am pune această întrebare tuturor persoanelor cu drept de vot, putem garanta cu o probabilitate de 95% că răspunsurile vor fi în proporţii aflate la distanţă de cel mult trei puncte procentuale de răspunsurile obţinute întrebând doar un eşantion de 1.200 de persoane*. Un model de predicţie a votului presupune de fapt o analiză ceva mai complexă care ia în considerare atât date de sondaj[1], cât şi date legate de indicatori economici sau de „istoric" al votului[2]. Dificultatea cea mai mare nu stă, aşa cum am putea crede, în a face estimări asupra votului efectiv, ci mai degrabă în estimarea proporţiei din electorat care se va prezenta la vot. Este cunoscut faptul că procentul alegătorilor care declară în sondajele de opinie că se vor prezenta la vot, chiar şi în presupuse condiţii nefavorabile, este de fiecare dată considerabil supraestimat faţă de prezenţa reală la urne. Se impune atunci utilizarea unei metode de îmbunătăţire a acestui estimator, iar una dintre metodele care au dat rezultate mulţumitoare a fost aceea a redresării datelor de

1. Acestea se referă la declaraţiile privind intenţia de vot, la dinamica acestor declaraţii pe o perioadă mai mare de timp, dar şi la alte întrebări din chestionar, cum ar fi cele legate de încrederea în personalităţi sau mulţumirea faţă de activitatea principalelor instituţii ale statului.
2. Experienţele de la alegerile anterioare.

sondaj prin ponderare cu prezenţa reală la ultimul scrutin după ce în prealabil persoanele intervievate au fost întrebate dacă au participat la acesta. Metoda trebuie totuşi utilizată cu prudenţă, pentru că ea funcţionează în ipoteza că ambele declaraţii de prezenţă sunt supraestimate în principiu din aceleaşi motive, unul dintre ele, poate cel mai important, fiind *afişarea de către persoanele intervievate a unei atitudini civice considerate dezirabile*. Bineînţeles că ponderea alegătorilor care se prezintă la vot, dar mai ales structura acestora au o influenţă majoră asupra rezultatelor alegerilor, motiv pentru care mobilizarea propriului electorat de a participa la vot este un obiectiv major al oricărei campanii electorale.

Sondajul la ieşirea de la urne (sau exit-poll) se diferenţiază de celelalte sondaje electorale atât prin metodologia utilizată, cât şi prin obiectivul lor principal : predicţia rezultatului votului imediat după închiderea urnelor sau la puţin timp după aceasta. În plus, rezultatul lor este supus verificării în foarte puţin timp din acest motiv, predicţia trebuie să fie una de o calitate deosebită, în ciuda dificultăţilor deloc de neglijat întâmpinate de orice institut care se angajează să facă o astfel de cercetare. Dincolo de informaţia legată de cine a câştigat şi cine a fost învins sau care a fost rata de participare la scrutin, informaţie care nu mai este deloc interesantă din momentul în care s-a încheiat numărătoarea voturilor şi a fost anunţat rezultatul final, sondajele realizate la ieşirea de la urne reprezintă cea mai pertinentă sursă de informaţie cu privire la structura sociodemografică a electoratului principalilor competitori.

În esenţă, metodologia clasică pentru realizarea unui exit-poll este următoarea : se alege un eşantion de secţii de vot, iar la aceste secţii o parte dintre persoanele care ies de la urne sunt intervievate pe baza unui scurt chestionar de către operatorii de interviu. Spre deosebire de celelalte sondaje politice, universul cercetării îl constituie de această dată doar electoratul care s-a prezentat la urne ; în plus, alegătorii sunt întrebaţi cu cine au votat imediat ce şi-au exercitat acest drept, deci ce au făcut, nu ce ar face, ca în cazul sondajelor de opinie. Cercetările de tip exit-poll sunt destul de costisitoare şi implică mobilizarea de resurse umane, dar şi altele de natură logistică destul de însemnate, însă, cu toate acestea, în România postdecembristă s-au realizat astfel de cercetări la toate alegerile parlamentare şi prezidenţiale şi chiar la unele referendumuri naţionale.

INSOMAR este unul dintre institutele de sondaj din România cu o experienţă bogată în ceea ce priveşte realizarea unor astfel de cercetări, iar calitatea estimărilor sale demonstrează acest lucru. Metodologia utilizată cu succes la cercetările anterioare şi care a fost îmbunătăţită de fiecare dată de la o experienţă la alta a trebuit să ţină seama la alegerile din 30 noiembrie 2008 de schimbarea sistemului

de vot de la unul pe liste la votul uninominal. Acest aspect a fost avut în vedere încă de la proiectarea eşantionului de secţii de vot a cărui dimensiune (617 secţii) a permis selectarea a minimum o secţie din fiecare colegiu uninominal pentru deputaţi din ţară şi, prin urmare, minimum două din fiecare colegiu de senatori. De asemenea, în ambele etape ale cercetării, respectiv sondajul preelectoral realizat cu o săptămână înaintea alegerilor şi sondajul la ieşirea de la urne din ziua scrutinului, interviurile s-au realizat în condiţii asemănătoare pe cât posibil condiţiilor din cabina de vot, iar în acest sens operatorii de interviu ai INSOMAR au utilizat listele complete de candidaţi[1] aferente colegiului uninominal unde s-a realizat interviul.

Rezultatele estimate de INSOMAR după închiderea urnelor şi prezentate la Realitatea TV au generat discuţii aprinse bazate în principal pe diferenţele dintre scorurile pentru primii clasaţi. Discuţiile au culminat odată cu anunţarea primelor rezultate parţiale anunţate de Biroul Electoral Central, conform cărora ordinea primilor doi clasaţi dată de exit-poll ar fi fost greşită. Rezultatele oficiale transmise de BEC după numărarea voturilor din toate secţiile de vot au confirmat însă ierarhia estimată la închiderea urnelor prin exit-pollul INSOMAR.

Tabelul 1. *Rezultatele sondajului exit-poll INSOMAR – noiembrie 2008*

		Estimare INSOMAR – 21:00	Rezultate oficiale BEC	Diferenţa
Senat	PSD + PC	35,7%	34,16%	1,54
	PD-L	31,7%	33,57%	-1,87
	PNL	19,8%	18,74%	1,06
	UDMR	6,7%	6,39%	0,31
	PRM	3,1%	3,57%	-0,47
	PNG	2,0%	2,53%	-0,53
Camera Deputaţilor	PSD + PC	36,0%	33,09%	2,91
	PD-L	30,8%	32,36%	-1,56
	PNL	20,4%	18,57%	1,83
	UDMR	6,7%	6,17%	0,53
	PRM	3,0%	3,2%	-0,15
	PNG	2,1%	2,3%	-0,17

1. Conţinând numele candidatului şi partidul din partea căruia candidează.

Cea mai mare dintre abaterile estimărilor INSOMAR de la rezultatele oficiale a fost de 2,9% (pentru rezultatul obţinut de Alianţa PSD + PC la Camera Deputaţilor), restul estimărilor fiind la distanţe mai mici de 2% de rezultatele oficiale. Mulţi jurnalişti au preferat să judece însă calitatea estimărilor nu prin raportare la rezultatele oficiale, cum ar fi fost normal, ci prin raportare la diferenţa a doi estimatori – mai precis, la diferenţa dintre rezultatele obţinute de primii doi clasaţi: Partidul Democrat-Liberal şi Alianţa PSD + PC. Evident, cele două estimări, având *abateri în sensuri diferite*, prin diferenţă, acestea au fost cumulate. Aşadar diferenţa ar fi trebuit privită cu o mai mare prudenţă, în sensul că intervalul în care aceasta poate varia este mai larg decât cel în care variază cei doi termeni ai diferenţei. Mai precis, eroarea de estimare a diferenţei este suma erorilor cu care sunt estimaţi cei doi termeni ai ei. Trecând peste acest aspect care, deşi uşor de intuit de oricine, a fost omis în judecata rezultatelor exit-pollului de mulţi jurnalişti, uneori nici cifrele după care au făcut această judecată nu au fost corecte. S-a vorbit despre o eroare de 6-7% cu mare uşurinţă, când calculul matematic era la îndemâna oricui: distanţa dintre primii doi clasaţi a fost supraestimată cu 4,47 puncte procentuale pentru Camera Deputaţilor şi cu 3,41 pentru Senat, iar aceasta în condiţiile în care eroarea de estimare a acestei diferenţe este de două ori mai mare decât cea cu care este estimat fiecare termen al ei.

Analiza foarte minuţioasă realizată de INSOMAR în urma acestei cercetări, cu privire la existenţa unor eventuale surse de eroare în afara celor întâmplătoare (care nu puteau fi evitate), a urmat trei direcţii principale de evaluare: eşantionul, activitatea operatorilor de interviu şi, în strânsă legătură cu acestea, non-răspunsul, adică refuzul parţial sau total al unora dintre alegători de a răspunde la întrebările operatorilor de interviu. Toate aceste evaluări au fost făcute prin prisma rezultatelor oficiale ale scrutinului până la nivelul fiecărei secţii de vot.

Aşa cum era de altfel de aşteptat, eşantionul de secţii de vot nu a fost o sursă de eroare sistematică, rezultatele alegerilor fiind estimate (dacă se iau în calcul doar rezultatele oficiale din cele 617 secţii de vot selectate) cu abateri mai mici de 0,5% pentru fiecare dintre procentele obţinute de partide. În plus, exit-pollul INSOMAR a estimat la doar o oră după închiderea urnelor procentul de alegători prezenţi la scrutin cu o precizie foarte mare, chiar şi la nivelul regiunilor istorice. Acesta este din păcate un rezultat mai puţin mediatizat şi, prin urmare, mai puţin cunoscut, care susţine ideea că nu eşantionul de secţii de vot utilizat a fost sursa erorilor din estimarea votului, aşa cum au sugerat unii jurnalişti sau chiar colegi de breaslă.

Tabelul 2. *Prezența la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2008*

	Estimare INSOMAR	Rezultate oficiale BEC	Diferența
România	39,3%	39,2%	0,1%
Moldova	41,3%	39,7%	1,6%
Muntenia	41,3%	41,9%	-0,6%
Transilvania	39,3%	38,3%	1,1%
București	29,7%	30,5%	-0,8%
Urban	35,5%	35,6%	-0,1%
Rural	44,3%	43,9%	0,4%

Analiza cu privire la activitatea operatorilor de interviu a condus la ideea că aceasta s-a desfășurat cu respectarea cadrului impus de metodologia de lucru și indicată în manualele de instrucțiuni. Rarele cazuri de îndepărtare de la metodologie nu au fost de natură să inducă o sursă de eroare sistematică.

Procentul alegătorilor care au refuzat să răspundă la întrebările operatorilor de interviu, total sau parțial (doar pentru întrebările legate de vot), a fost în jur de 16%, valoare similară cu cea de la alegerile din 2004 sau din 2000. Analiza făcută chiar pe parcursul zilei scrutinului cu privire la distribuția geografică și pe medii de rezidență nu a pus în evidență diferențe semnificative între structura persoanelor care au răspuns la întrebările referitoare la vot și cele care au refuzat să răspundă. În ceea ce privește structura după alte variabile sociodemografice puternic predictive asupra votului, nu am avut suficiente informații pentru a decide dacă au fost diferențe între cele două subpopulații, respectiv cei care au spus cu cine au votat și cei care au refuzat să răspundă. Aceasta pentru că o mică parte dintre cei care nu au răspuns la sondaj au acceptat totuși să răspundă la întrebările legate de vârstă, educație sau etnie. Acest lucru nu a făcut posibilă aplicarea metodei de tratare a non-răspunsului prin redresarea eșantionului după aceste variabile, metodă care a dat rezultate excelente în altă situație[1].

În demersul de a pune în evidență posibila contribuție a unor factori explicativi pentru depărtarea estimărilor de rezultatele oficiale, am pornit de la următoarea observație: estimarea PSD + PC a depășit marja de eroare de 2% la Camera

1. Exit-pollul realizat de INSOMAR împreună cu Metro Media Transilvania cu ocazia referendumului pentru suspendarea președintelui din 19 mai 2007, când rezultatul votului a fost estimat cu o eroare mai mică de 1%.

Deputaţilor, în timp ce pentru Senat s-a încadrat în această marjă, deşi ambele estimări au fost făcute pe acelaşi eşantion de persoanele intervievate. În plus, rezultatele exit-pollului nu au surprins faptul că Alianţa PSD + PC a obţinut pentru Senat un procent mai mare de voturi decât pentru Camera Deputaţilor. Nu voi expune aici metodele statistice utilizate în analiza comparativă a rezultatelor oficiale ale alegerilor şi cele estimate prin exit-poll, pentru a pune în evidenţă factorii care au avut influenţă asupra calităţii estimărilor, ci mă voi limita la un nivel intuitiv al explicaţiilor.

Numărul total al candidaţilor care au intrat în cursa electorală la aceste alegeri a fost de 8.612, dintre care 7.717 au candidat pentru Camera Deputaţilor, iar 895 pentru Senat. Diferenţa mare dintre numărul candidaţilor pentru cele două camere se datorează nu atât numărului de două ori mai mare al colegiilor de deputat decât cele de senator, cât faptului că, la Camera Deputaţilor, 18 minorităţi naţionale, altele decât cea maghiară, au avut candidaţi în toate cele 315 colegii[1]. Acest aspect a generat o serie de efecte asupra votului care la rândul lor s-au răsfrânt asupra declaraţiilor persoanelor intervievate la ieşirea de la urne. Voturile acordate Camerei Deputaţilor au fost împărţite între foarte mulţi candidaţi, acesta fiind şi motivul pentru care proporţia voturilor anulate a fost mai ridicată decât la Senat, iar acest aspect a fost şi mai pronunţat în mediul rural, unde electoratul este mai puţin instruit şi informat cu privire la sistemul de vot.

Tabelul 3. *Proporţia voturilor anulate şi albe din totalul alegătorilor prezenţi la urne*

		Voturi nule (%)	Voturi albe (%)	Total (%)
Camera Deputaţilor	urban	2,48	1,31	3,79
	rural	3,41	2,60	6,01
	total	2,91	1,92	4,84
Senat	urban	2,21	1,56	3,77
	rural	2,59	3,41	6,00
	total	2,39	2,43	4,82

Voturile acordate minorităţilor naţionale, alta decât cea maghiară, pentru Camera Deputaţilor au însumat 3,54% din totalul voturilor exprimate, pentru

1. Conform Legii electorale, pragul pentru obţinerea unui mandat de deputat pentru minorităţile naţionale este 10% din coeficientul electoral.

acestea neexistând un corespondent de mărime similară în voturile pentru Senat, aşa cum a existat pentru celelalte formaţiuni politice.

Aceste consideraţii au conturat următoarea ipoteză, care a fost şi verificată statistic utilizând datele oficiale ale rezultatelor alegerilor şi baza de date exit-poll : supraestimarea votului pentru Alianţa PSD + PC la Camera Deputaţilor dincolo de pragul tolerat de 2% s-a datorat în principal *non-răspunsului şi voturilor anulate*. Non-răspunsul, adică refuzul de a răspunde operatorilor de interviu la ieşirea de la urne privind votul acordat, s-a dovedit că a provenit mai degrabă din zona minorităţilor naţionale alta decât cea maghiară sau a celor care au acordat votul candidaţilor partidelor mici[1] în detrimentul alegătorilor PSD în special. Pe de altă parte însă, voturile anulate, care au fost într-o proporţie mai mare la Camera Deputaţilor decât la Senat, pot fi asociate mai degrabă cu un electorat rural, mai puţin instruit, cu probabilitate mai mare de a face parte din electoratul PSD. Dincolo de unele imperfecţiuni care pot apărea în estimarea efectivă a votului – informaţie care de altfel are şi o viaţă scurtă, de efemeridă –, cercetările exit-poll au un rol important în cunoaşterea aprofundată a comportamentului electoral, oferind surse preţioase de informaţie despre comportamentul electoral şi caracteristicile[2] persoanelor votante. „Fără a face o pledoarie pentru sondaje", spune profesorul Traian Rotariu, „vreau doar să spun că societatea contemporană ar şti mult mai puţine despre ea însăşi, iar democraţia ar fi văduvită de unul dintre instrumentele sale de bază, care nu are echivalent decât în instituţia alegerilor democratice".

Bibliografie

Ardilly, Pascal. 1994. *Les techniques de sondage*. Paris : Editions Technip.

Chelcea, Septimiu, Loredana Ivan. 2000. Metodologia şi practica sondajelor finale cu referire la alegerile de la 26 noiembrie din România. *Sociologie Românească*, 3-4 : 119-132.

Dumitrescu, Monica. 2000. *Sondaje statistice şi aplicaţii*. Bucureşti : Editura Tehnică.

1. Este cunoscut faptul că aceşti alegători sunt mai rezervaţi în a-şi declara simpatiile electorale.
2. Din păcate, aceste caracteristici sunt mult mai puţine în România decât în alte ţări, chestionarele aplicate la ieşirea de la urne sunt reduse drastic de institute în încercarea de încadrare în buget.

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Rotariu, Traian. 2003. Sondajul. Câteva reflecţii asupra unei metode controversate. *Caiete Sociologice*, 1 : 13-27.

Rotariu, Traian, Gabriel Bădescu, Irina Culic, Elemer Mezei şi Cornelia Mureşan. 1999. *Metode statistice aplicate în ştiinţele sociale.* Iaşi : Polirom.

Rotariu, Traian, Petru Iluţ. 2006. *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică* (ediţia a II-a revăzută şi adăugită). Iaşi : Polirom.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

CATI: virtuţile, slăbiciunile şi dificultăţile sondajelor telefonice

Dan Ion Gherguţ

Ce este şi ce înseamnă CATI?

CATI este acronimul provenit din denumirea în limba engleză a metodei de intervievare telefonică asistată de computer – *Computer Assisted Telephone Interviewing*. CATI nu este, de fapt, doar o metodă, ci un sistem complex de proceduri destinate realizării unui set de operaţiuni specifice unei cercetări de opinie, de această dată fără ca operatorul sau respondentul să fie faţă în faţă. În centrul acestui sistem se află o aplicaţie informatică interactivă ce ajută operatorul să realizeze un interviu prin telefon. Răspunsurile sunt apoi introduse imediat în sistem de către operatorul de interviu.

Metoda constă în contactarea telefonică a respondenţilor şi intervievarea lor de către un operator, cu ajutorul unei aplicaţii informatice. Aplicaţia informatică gestionează apelurile, urmăreşte întrebările din chestionar, ordinea lor fiind dictată de regulile stabilite de către responsabilul cercetării şi permite precodificarea răspunsurilor, stocarea lor, precum şi a informaţiilor despre respondent. Iniţial, CATI a fost implementat centralizat, folosind un sistem de calculatoare. Fiecare operator de interviu stă în faţa unui terminal şi pune întrebările ce apar pe ecran. Răspunsurile celui intervievat sunt apoi introduse în calculator de către operator. Sesiunea de întrebări este iniţiată de operator, sistemul gestionând automat

BUCHAREST UNIVERSITY LIBRARY

apelurile. Dacă un apel nu este reuşit, sistemul pune în aşteptare numărul respectiv de telefon, iar dacă reuşeşte, transferă apelul la primul operator disponibil.

Aplicaţia informatică verifică ramificaţiile chestionarului trecând secvenţial sau prin salt la întrebări şi validează datele introduse. Interviurile pot fi mai uşor personalizate, în funcţie de tipologia respondenţilor. Este posibilă aplicarea de chestionare cu întrebări mai sofisticate – similar cu metoda CAPI – decât cele pe hârtie, întrucât programul controlează mult mai bine secvenţialitatea întrebărilor în funcţie de răspunsurile primite. De asemenea, se pot introduce facilităţi de precodificare şi codificare automată a răspunsurilor. Sistemele CATI nu se limitează la administrarea chestionarelor şi, dacă este cazul, a cotelor de sondaj. Ele includ funcţii pentru selecţia eşantioanelor, generarea aleatorie a numerelor de telefon, administrarea apelurilor, monitorizarea rezultatului apelului, controlul automat al validităţii răspunsurilor. Metoda CATI este din ce în ce mai frecvent utilizată odată cu extinderea telefoniei fixe şi mobile, ca o alternativă la metodele tradiţionale, cum sunt chestionarele autoadministrate şi interviurile faţă în faţă, în care suportul pentru înregistrarea informaţiilor este formularul tipărit pe hârtie.

CATI oferă operatorilor de interviu posibilitatea de a realiza mai multe sarcini simultan: intervievarea propriu-zisă, introducerea datelor şi codificarea răspunsurilor. Operatorii introduc direct datele în calculator, fără să mai fie necesară derularea unui proces ulterior îndelungat şi costisitor de introducere a datelor. În sondajele telefonice, deoarece majoritatea întrebărilor sunt cu răspuns multiplu, operatorul nu trebuie decât să selecteze răspunsul prin *point-and-click*, iar răspunsul este direct stocat prin codul său în fişierul de date.

Operaţional, paşii procesului sunt următorii:

- responsabilul cercetării proiectează chestionarul, defineşte nomenclatoarele de codificare, condiţiile de control (logic, aritmetic), stabileşte volumul eşantionului, marjele de distribuţie (cotele), dacă este cazul şi transmite instrumentele şi parametrii sondajului responsabilului sistemului CATI;
- responsabilul sistemului CATI introduce în aplicaţia informatică chestionarul – întrebările, ordinea logică a acestora, codificările răspunsurilor, condiţiile de control pentru asigurarea calităţii datelor –, volumul eşantionului, cotele de sondaj, alţi parametri specifici, cum ar fi localizarea geografică a interviurilor, elaborează calendarul interviurilor, organizează şi instruieşte echipa de operatori de interviu;

- în zilele şi în intervalul orar stabilite pentru realizarea interviurilor, operatorii, prin intermediul aplicaţiei informatice care formează numerele de telefon, procedează la apelarea subiecţilor;
- după realizarea contactului cu persoana apelată, operatorul pune întrebările din chestionar, inclusiv variantele de răspuns în cazul întrebărilor închise, şi introduce în aplicaţia informatică răspunsurile primite;
- în situaţia în care la numerele apelate nu răspunde nimeni sau se înregistrează un refuz de cooperare, aplicaţia informatică plasează, în primul caz, numărul de telefon apelat într-o coadă de aşteptare pentru a reveni ulterior la el, apoi, în ambele cazuri, trece la formarea unui alt număr de telefon, fie din lista predefinită, fie generat aleatoriu;
- după încheierea seriei programate de apeluri, fişierele cu datele colectate sunt transferate într-un server central, unde sunt supuse unor prelucrări parţiale de codificare, curăţare, validare şi sunt generate rapoarte despre rezultatele interviurilor potrivit obiectivelor stabilite;
- în final, se recomandă organizarea unei reuniuni de concluzii cu responsabilii implicaţi şi cu operatorii de interviu pentru corectarea unor eventuale deficienţe semnalate pe parcursul colectării datelor.

Câteva caracteristici generale

Metoda CATI este rapidă şi rentabilă. Ea este recomandată pentru obţinerea de informaţii asupra unor subiecte mai sensibile, faţă de care respondentul ar putea să aibă reţineri atunci când se află în prezenţa unui operator de interviu. De asemenea, ea facilitează asistenţa respondenţilor atunci când se confruntă cu întrebări sau cuvinte pe care le înţeleg mai greu ori le sunt nefamiliare. Aplicarea corectă a metodei CATI presupune îndeplinirea unor condiţii preliminare, în afara mijloacelor tehnice imperios necesare.

În primul rând, rata de penetrare a telefoniei fixe şi mobile trebuie să fie suficient de mare pentru a justifica, pe de o parte, investiţia într-o asemenea tehnologie şi, pe de altă parte, pentru a asigura relevanţa şi consistenţa rezultatelor anchetelor CATI. Potrivit datelor publicate de EUROSTAT[1], numărul liniilor fixe şi a abonamentelor de telefonie mobilă din România era de 19 la 100 de locuitori

1. http://nui.epp.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_tc_ac2&lang=en.

BUCUREŞTI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

la sfârşitul anului 2006, în condiţiile în care media la nivelul Uniunii Europene era de 47. Distribuţia lor este încă neuniformă, Municipiul Bucureşti şi mediul urban deţinând încă o pondere mult mai mare decât cea determinată de distribuţia populaţiei pe medii de rezidenţă.

În al doilea rând, o condiţie de succes a anchetelor CATI este dată de calitatea bazei de date cu numere de telefon. Parametrii de calitate sunt daţi de gradul de actualitate a informaţiilor despre abonaţi – localizare geografică, date demo-socio-economice, număr de telefon – şi de gradul de acoperire din punct de vedere geografic a sferei de interes a anchetelor CATI. Sistemul informaţional ataşat bazei de date cu numere de telefon trebuie să permită stocarea de informaţii suplimentare, de tipul numărului de apeluri, de intervale orare când apelurile au reuşit, informaţii despre eşantioanele folosite. Aceste elemente sunt utile pentru planificarea sondajelor, rotaţia eşantioanelor, ceea ce facilitează administrarea relaţiei cu respondenţii şi a sarcinii de răspuns, precum şi coordonarea anchetelor. Calitatea informaţiilor din baza de date este definitorie, pentru că ele sunt utile atât pentru construirea eşantioanelor, cât şi pentru derularea etapelor de intervievare, colectare şi stocare a datelor. Mai departe, ele se dovedesc utile pentru tratarea ulterioară a datelor, prin aplicarea necesarelor măsuri de imputare, de redresare, de cuplare cu rezultatele altor anchete şi, în final, pentru evaluarea generală a calităţii rezultatelor şi pentru analiză. Erorile prezente în baza de date, de genul celor de acoperire geografică sau al domeniului de interes ori al lipsei de actualitate, se răsfrâng asupra calităţilor estimărilor obţinute, prin distorsiuni şi costuri ridicate.

În al treilea rând, în special pentru implementarea anchetelor cu reprezentativitate naţională, apare ca fiind necesară combinarea metodelor de extragere a eşantioanelor cu tehnicile de ameliorare a estimărilor pe baza surselor de date auxiliare. Această cerinţă este determinată de imperfecţiunile inerente ale bazelor de date utilizate, îndeosebi în ceea ce priveşte gradul de acoperire, şi de distorsiunile care pot fi induse de non-răspunsuri. Rata non-răspunsurilor în anchetele realizate cu metoda CATI poate fi mare, pe de o parte, din cauza incapacităţii de contactare a respondenţilor în intervalele de timp stabilite şi, pe de altă parte, din cauza refuzurilor de a răspunde sau a renunţării la interviu pe parcursul derulării acestuia. De asemenea, rata „de atingere" este influenţată de calitatea bazei de date (baza de sondaj) şi de hazardul alocării numerelor de telefon între persoane şi gospodării (persoane fizice) şi firme (persoane juridice), atunci când se recurge la generarea aleatorie a numerelor de telefon.

În al patrulea rând, operatorii de interviu trebuie să fie familiarizaţi cu aplicaţia informatică. Ei au nevoie în egală măsură de o instruire adecvată înaintea lansării oricărei noi anchete telefonice. Costurile implicate de utilizarea metodei CATI sunt generate de formarea profesională şi de instruiri, de tarifele de apelare, de administrarea infrastructurii informatice şi tehnice şi, nu în ultimul rând, pentru stimulentele acordate participanţilor la anchete.

Ce recomandă utilizarea metodei CATI ?

Metodele tradiţionale de colectare a datelor, în special cele faţă în faţă, sunt tot mai dificil de aplicat, din mai multe motive :

- costurile ridicate determinate de recrutarea, selecţia şi administrarea unei reţele permanente de operatori de teren ;
- consum de timp şi costuri importante de transport dacă nu există o constanţă a localizării eşantioanelor în arii geografice bine delimitate ;
- costurile normale de transport cresc dacă este necesară repetarea vizitelor la domiciliul respondenţilor, atunci când contactarea telefonică eşuează ;
- dificultatea contactării respondenţilor, fie ei persoane fizice sau întreprinderi, dacă nu se convine din timp asupra unei întâlniri ;
- limitarea accesului în zonele rezidenţiale sau în clădirile din mediul urban în special, ceea ce generează o rată a non-răspunsurilor mai ridicată decât media generală în anchetele în care se utilizează metode tradiţionale de colectare ;
- după colectarea datelor, este necesară o altă echipă dedicată introducerii datelor, ceea ce înseamnă din nou timp şi bani. În plus, noile operaţiuni umane devin o sursă suplimentară de erori ;
- în anchetele realizate prin poştă, sunt frecvente situaţiile în care chestionarele completate ajung chiar după termenul de diseminare a rezultatelor, iar rata non-răspunsurilor este mai mare decât cea din anchetele faţă în faţă sau CATI.

Aceste neajunsuri ale metodelor clasice se transformă în mare parte în avantaje ale metodei CATI, în comparaţie cu metodele tradiţionale, inclusiv cu metoda CAPI[1], în care prezenţa operatorului de interviu este încă necesară. Utilizarea

1. Computer Assisted Personal Interview (engl.).

sistemelor CATI are un impact notabil asupra mai multor elemente antrenate în procesul de intervievare, şi anume:

- *asupra operatorilor de interviu*, care, prin standardizarea proceselor, reduc varianţa cauzată de erorile de interpretare sau aplicare a chestionarelor. În acelaşi timp, ei preferă această metodă celei tradiţionale, dacă sistemul CATI este mai rapid şi mai fiabil. Oricum, este o metodă mult mai comodă de colectare, preferabilă interviurilor faţă în faţă. Securitatea operatorului este mult mai mare şi, în plus, acesta poate fi ferit de situaţii penibile sau chiar umilitoare;
- *asupra calităţii datelor*, deoarece CATI facilitează obţinerea unui volum mai mic de date lipsă ce ar putea apărea din cauza greşelilor de urmărire a întrebărilor, mai ales în cazul chestionarelor complexe. Numărul non-răspunsurilor şi al erorilor de observare sau codificare este mult mai redus prin metoda CATI. Bineînţeles, non-răspunsurile parţiale sunt inevitabile dacă respondentul nu ştie sau nu vrea să răspundă la o întrebare;
- *asupra costurilor*, în măsura în care cercetările sunt de volum mai mare sau se repetă. CATI reduce masiv activităţile rutiniere de administrare a corespondenţei în cazul anchetelor prin poştă şi câştigă în productivitate în raport cu alte metode de colectare. Unele studii indică un cost mai mare al acestora în comparaţie cu metodele de colectare prin poştă, însă pentru altele, acolo unde reţeaua telefonică este dezvoltată, costurile sunt egale sau chiar mai mici. Costurile pot fi optimizate şi prin combinarea cercetărilor/anchetelor cu operaţiuni de promovare şi vânzare, situaţie în care este necesară o foarte atentă administrare şi monitorizare a segmentelor apelate, pentru a nu afecta ratele de răspuns în anchetele prin sondaj;
- *asupra instruirilor*, deoarece operatorii nu sunt instruiţi doar asupra realizării interviurilor prin metoda CATI, ci şi asupra utilizării calculatoarelor.

Avantajele metodei CATI

O parte dintre avantajele metodei CATI au fost deja enumerate prin descrierea sistemului adiacent acesteia şi a motivelor prin care ea tinde să se impună în faţa metodelor tradiţionale. Pentru o mai bună inventariere şi ierarhizare a acestora, o grupare a lor din punct de vedere funcţional şi operaţional este utilă. Principalele

avantaje şi cele mai evidente rezidă în calitatea rezultatelor, exprimată prin câţiva parametri definitorii:

- rapiditatea obţinerii răspunsurilor la chestionarele aplicate;
- costurile mai reduse în comparaţie cu celelalte metode de colectare a datelor;
- posibilitatea de a chestiona respondenţii asupra unor teme mai sensibile;
- posibilitatea de a aplica chestionare complexe;
- capacitatea de a acoperi un număr mai mare de subiecţi într-un timp mai scurt;
- un grad mai mare de acurateţe a datelor, facilitată de asistenţa oferită de aplicaţia informatică de a introduce direct datele şi de a le verifica în timp real;
- încrederea în calitatea rezultatelor este asigurată şi prin stocarea înregistrărilor audio. Înregistrările audio sunt salvate într-un fişier indexat după numerele apelate, după operatorul de interviu şi data de referinţă pentru orice verificări ulterioare.

Avantaje funcţionale

Sistemul permite programarea procedurilor de sondaj şi de reapelare pentru a asigura uniformitatea practicilor şi implementarea de rutine de apelare mai eficiente. De asemenea, sistemul permite administrarea cotelor de sondaj minimale sau maxime.

Aplicaţia informatică produce rapoarte de sinteză, care conţin statistici asupra non-răspunsurilor şi a refuzurilor ce pot distorsiona estimările dacă sunt ignorate.

Întrebările pot fi modificate automat pentru a insera informaţii deja obţinute şi pentru a formula întrebările potrivit caracteristicilor personale ale celor intervievaţi, cum ar fi statutul marital sau sexul.

Implementarea schemelor controlate de salt între întrebări permite realizarea de interviuri mai complexe decât cele clasice, pe suport de hârtie. Întrebările pot fi proiectate astfel încât să difere în funcţie de răspunsurile anterioare sau chiar să le ordoneze aleatoriu. De asemenea, este posibilă integrarea în cercetare a unor experimente complexe.

Sistemul CATI înglobează un adevărat chestionar inteligent. Întrebările pot fi ajustate, de exemplu, pentru fiecare persoană dintr-o gospodărie pe baza informaţiilor oferite de respondent pe durata interviului. De exemplu, o persoană este întrebată dacă urmează o formă de educaţie şi specialitatea în care studiază, după care sistemul „sare" o secţiune destinată activităţilor economice şi poziţionează

operatorul la întrebarea referitoare la modul de transport la şcoală, după care prompterul se întoarce la secţiunea economică. Omiterea unor întrebări ori saltul eronat în cadrul chestionarului sunt practic eliminate. Simultan cu introducerea datelor, se pot programa algoritmi de control şi validare a datelor de tipul celor aritmetice, logice sau de consistenţă.

Chestionarul electronic inteligent realizează de asemenea verificări în timp real ale răspunsurilor introduse în sistem, alertând operatorul în cazul unor răspunsuri incorecte sau inconsistente. Operatorul poate verifica pe loc împreună cu respondentul situaţia semnalată şi orice eroare poate fi corectată imediat. Această funcţionalitate elimină cazurile de revenire la respondent pentru a verifica răspunsurile la o dată ulterioară, ceea ce contribuie la asigurarea unui înalt grad de calitate a datelor.

Sistemul CATI permite planificarea apelurilor şi apelul respondenţilor prin intermediul unui proces automatizat. Operatorul de interviu activează funcţia de apelare, după care sistemul caută următoarea persoană care va fi apelată, pe baza unui sistem de priorităţi. Dacă apelul nu reuşeşte, el este reprogramat, iar dacă interviul nu poate fi finalizat, există posibilitatea reprogramării lui la o zi şi o oră acceptate de respondent.

Eliminarea unor etape tipice ale metodelor tradiţionale, cum ar fi introducerea datelor, permite realizarea unor rapoarte de control şi producerea fişierelor de date mult mai rapid. Acest avantaj este dat şi de faptul că o serie de alte operaţiuni manuale, cum ar fi precodificarea sau controlul preliminar, sunt eliminate. Pentru unele cercetări de mari dimensiuni, economia de timp se poate măsura în săptămâni, ceea ce conduce la creşterea calităţii întregului proces, mai cu seamă în privinţa disponibilităţii rezultatelor, şi la câştigarea unui avantaj competiţional evident. Fişierele de ieşire pot fi produse în orice format, de tip text, ASCII, Excel sau SPSS.

Avantaje operaţionale

Sistemul permite arhivarea înregistrărilor în funcţie de dată, oră, segment al eşantionului administrat şi al operatorului de interviu care a aplicat chestionarul, ceea ce facilitează atât producerea rapoartelor intermediare, cât şi a celor finale asupra rezultatului sondajului şi a performanţelor operatorului de interviu. Programarea succesiunii întrebărilor poate ajuta la proiectarea unor chestionare care nu sunt obositoare pentru respondent şi, în acelaşi timp, este mai eficient

pentru analist. Colectarea centralizată a datelor oferă un control mai mare asupra interviurilor şi asigură un control mai bun al calităţii generale.

Dezavantajele metodei CATI

Dezavantajele metodei CATI sunt inerent legate de dificultăţile utilizării ei, luând în considerare condiţiile ideale în care ea ar trebui să funcţioneze.

Erorile de acoperire

Principalul dezavantaj este legat de distorsiunile pe care le poate induce o incompletă acoperire a populaţiei-ţintă. Într-o cercetare clasică, este din ce în ce mai răspândită utilizarea bazelor de sondaj – fie exhaustive, provenite din recensăminte, fie parţiale, de tipul eşantioanelor areolare sau al eşantioanelor master. Dacă fiecare familie sau o persoană poate fi regăsită la o adresă, aplicarea fără dificultăţi a metodei CATI ar presupune că fiecare familie sau persoană are un telefon.

Dacă un segment important de populaţie nu este prezent în baza de date sau este subreprezentat, rezultatele vor fi puternic afectate. Din acest motiv, sunt necesare verificări atente ale reprezentativităţii, pentru a controla caracteristicile respondenţilor.

În egală măsură, alte categorii pot fi suprareprezentate, în detrimentul altora. Introducerea în bazele de date a abonamentelor de telefonie mobilă şi, ca un caz special, a familiilor care au numai abonament de telefonie mobilă poate conduce la prezenţa ridicată în eşantioane a segmentelor cu venituri peste medie şi cu un nivel de instruire mai înalt.

În mod curent, sondajele telefonice subreprezintă persoanele tinere şi pe cele care nu pot fi uşor găsite acasă, cum ar fi persoanele singure sau persoanele care nu formează o familie, dar locuiesc la o anumită adresă. În astfel de cazuri, tehnicile de redresare, cum sunt cele prin poststratificare, sunt larg utilizate pentru a readuce distribuţiile principale ale eşantionului în marjele cunoscute din surse auxiliare (statistica demografică, alte sondaje de mai mari dimensiuni, cu un grad ridicat de precizie).

Distorsiunile induse de non-răspunsuri

Sursele de inducere a distorsiunilor nu constau numai în lipsa de acoperire corespunzătoare a populaţiei de referinţă, cunoscută şi drept o problemă a calităţii

bazei de sondaj. Non-răspunsurile sunt un factor major de distorsiune, deoarece, pe de o parte, niciodată un eşantion planificat nu va fi identic cu cel obţinut la sfârşitul cercetării şi, pe de altă parte, este puţin probabil ca aceia care nu au răspuns să semene în mare măsură cu cei care au răspuns. Ignorarea caracteristicilor celor care nu răspund semnifică asumarea ipotezei că ei sunt absolut similari cu respondenţii, ceea ce ar fi o greşeală.

Afirmaţia că non-răspunsurile sunt un eşantion aleatoriu al respondenţilor trebuie privită cu multă precauţie, deoarece non-respondenţii nu sunt un subeşantion complet aleatoriu, uniform distribuit printre cei care au răspuns, ci unul concentrat mai degrabă în anumite categorii ale populaţiei. Totuşi, modelele matematice de tratare a non-răspunsurilor pleacă de la ipoteza că ele sunt un subeşantion al populaţiei cuprinse în eşantionul iniţial. Din aceste motive, este imperios necesar ca sistemul să permită stocarea oricăror informaţii despre non-respondenţi, în principal a celor care pot fi puse în joncţiune cu subeşantionul de respondenţi. E necesară o diferenţiere a non-răspunsurilor, similară cu cea practicată în sondajele clasice. Astfel, o clasificare minimală ar trebui să le separe, de exemplu, în:

- neidentificat sau număr inexistent, dacă numărul de telefon nu mai există;
- necontactat, dacă la numărul apelat nu răspunde nimeni;
- în afara ariei de interes, dacă la numărul apelat răspunde o firmă sau o altă persoană ce are caracteristici diferite de cele de interes pentru cercetare;
- refuz de răspuns, dacă persoana este contactată, dar nu doreşte să răspundă la chestionar.

Contrar aparenţelor, rata de răspuns în sondajele telefonice este mare, chiar mai mare decât în anchetele faţă în faţă sau cele realizate prin poştă. Este de aşteptat, odată cu extinderea ariei de penetrare a telefoniei fixe şi mobile, ca precizia sondajelor telefonice să crească substanţial.

Programarea eronată a chestionarelor

Un chestionar complex şi bine articulat poate fi extrem de uşor compromis dacă în etapa de proiectare nu se ţine seama de nuanţele tehnice ale unui sistem CATI. Punerea la punct a unui chestionar CATI necesită timp. Este extrem de important ca sistemul CATI să fie capabil să gestioneze răspunsurile deschise, fixând reguli cât mai clare şi stricte în privinţa consemnării acestor răspunsuri. Dacă un astfel de răspuns conţine nume proprii, de exemplu, diferenţele de introducere – cu

prima literă mare şi restul mici, cu toate literele mari sau mici – creează probleme pentru a căror soluţionare este nevoie de mai mult timp decât se anticipează. De aici, pot rezulta alte probleme, mai ales când intervin termene foarte strânse pentru furnizarea rezultatelor.

Un alt aspect ţine de funcţionalitatea sistemului CATI în ceea ce priveşte posibilitatea revenirii la o întrebare anterioară. Dacă respondentul doreşte să modifice un răspuns anterior, poate fi extrem de dificilă operarea unei modificări, în comparaţie cu un sondaj clasic în care se utilizează chestionare pe hârtie. O opinie larg împărtăşită afirmă că metoda CATI este potrivită pentru aplicarea de interviuri structurate pe volume mari de eşantion şi în special când cercetările se repetă, ceea ce dă posibilitatea inventarierii răspunsurilor şi crearea unei liste precodificate.

Performanţa slabă a procedurilor de selecţie a eşantionului

Calitatea rezultatelor este în mod clar influenţată de gradul de reprezentativitate a eşantionului. În mod ideal, dar şi cel mai simplu, eşantionul este o fotografie la scară redusă a populaţiei de referinţă, exemplu care coincide cu sondajul aleatoriu autoponderat. Dacă aplicaţia informatică prin care se selectează eşantionul nu ţine seama de câteva cerinţe esenţiale, nu doar în privinţa caracterului aleatoriu al selecţiei, cum ar fi distribuţia uniformă în plan teritorial, atât la scară regională, dar şi a localităţii, estimaţiile vor fi din nou distorsionate.

Aceste probleme pot fi uşor soluţionate prin recurgerea la o aplicaţie performantă de selecţie, după care lista astfel creată să fie încărcată în sistemul CATI pentru a proceda la apeluri. În acest caz, este necesară o menţiune : la stabilirea mărimii listei (volumul eşantionului) trebuie să se ţină seama de numărul mediu de eşecuri ale sistemului rezultat din contactarea persoanelor apelate şi de numărul de non-răspunsuri, astfel încât să se obţină în final un număr suficient de cazuri pentru a trece la estimări şi tabelări încrucişate.

Insuficienta standardizare a nomenclatoarelor şi clasificărilor

Clasificările şi nomenclatoarele (de profesii, nivele de educaţie, localităţi) sunt ca un vocabular, util în schimbul de date şi în joncţiunea fişierelor. Lipsa unui set comun de astfel de instrumente face ca anumite operaţiuni de prelucrare şi analiză a datelor să consume mai mult timp pentru pregătirea datelor. De exemplu Clasificarea Activităţilor din Economia Naţională (CAEN), Clasificarea Ocupaţii-

din România (COR), Clasificarea Produselor şi Serviciilor Asociate Activităţilor (CPSA) ori Nomenclatorul Armonizat (SH) sunt larg utilizate, deoarece ele sunt strâns legate de obligativitatea îndeplinirii unor formalităţi administrative. Alte astfel de liste de codificare, cum ar fi codificarea localităţilor (SIRUTA) ori nomenclatorul nivelelor de instruire, nu sunt la fel de larg utilizate şi acceptate pentru că nu fac obiectul unor obligaţii, ci doar al unor recomandări.

Costurile mari

Înfiinţarea, menţinerea şi întreţinerea unui sistem CATI sunt destul de costisitoare. Infrastructura tehnică, derularea operaţiunilor curente se traduc în costuri care trebuie recuperate. La acestea se mai adaugă costurile pentru plata şi instruirea operatorilor sau stimulentele destinate respondenţilor. Studii comparative realizate în ţări cu o experienţă îndelungată în domeniul sondajelor telefonice arată că ele tind totuşi să fie mai ieftine decât sondajele realizate prin poştă, de exemplu, în termeni de costuri unitare.

Concluzii

Utilizarea metodei CATI în cercetări prin sondaj se extinde progresiv în România. Crearea şi utilizarea sistemelor CATI presupune o serie de precondiţii necesare, care înseamnă efort investiţional, logistic şi organizatoric important.

Nevoite să facă faţă competiţiei de pe piaţa informaţională, firmele private specializate în sondaje sunt deja mai experimentate decât instituţiile administraţiei publice în aplicarea acestei metode.

Avantajele CATI sunt evidente şi vor fi şi mai convingătoare odată cu extinderea ariei de cuprindere a telefoniei fixe şi mobile. Aceasta din urmă riscă totuşi să limiteze aceste avantaje, deoarece criteriile de locaţie vor fi încă importante în viitor.

La neajunsurile şi dezavantajele deja bine cunoscute ale metodei CATI, în condiţiile României, se întrevăd soluţii acceptabile, care vor consolida notorietatea şi aplicabilitatea acestei metode în sondaje cu reprezentativitate locală sau naţională, chiar şi în condiţiile extinderii sondajelor online.

Bibliografie

Economic and Social Commission for Asia and Pacific. Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) – Guidelines on the Application of New Technology to Population Data Collection and Capture, http://www.unescap.org/Stat/pop-it/pop-guide/capture_ch04.pdf.

Farrell, Emma. Review of Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) Procedures in Overseas Statistical Agencies. National Statistical Service, http://www.nss.gov.au/nss/home .NSF/75427d7291fa0145ca2571340022a2ad/b75da801e21308dcca2571ab-002470a7?OpenDocument.

Weir, Paula, Beri Sherry. 1999. A Comparison and Evaluation of Two Survey Data Collection Methodologies: CATI vs. Mail. *Energy Information Administration*, http://www.amstat.org/sections/SRMS/Proceedings/papers/1999_066.pdf.

Zahs, Dan, Baker, Reg. Telephone and Mail Surveys: Advantages and Disadvantages of Each. Market Strategies Inc., http://www.marketstrategies.com/rbdocs/Phonevs-Mail2007.pdf.

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Aspecte ale cercetării calitative în context electoral

Alina Ailincăi, Alina Manole,
Mihai Vintilă Mihăilescu

Cazul special al moderării focus-grupurilor politico-electorale

Oricât de bine ar fi pregătit un studiu calitativ, oricât de bună ar fi selecţia subiecţilor, oricât de „prietenoasă" tema de discuţie, un focus-grup nu poate funcţiona şi nu poate aduce informaţii consistente fără un bun moderator.

Misiunea unui moderator nu diferă de la o temă de discuţie la alta, fie că este vorba despre produse bancare, despre testarea reacţiilor la mesaje publicitare sau despre evaluarea prestaţiei unui candidat la o poziţie publică, persoana care conduce discuţia spre identificarea acelor aspecte de interes pentru scopul cercetării calitative trebuie să îndeplinească o serie de condiţii necesare şi obligatorii. Perioada electorală generează o serie de obligaţii suplimentare şi de situaţii particulare, pe care le vom prezenta în continuare. Înainte însă de a le explica, vom prezenta în linii mari care sunt atributele profesionale ce pot caracteriza în general activitatea unui bun moderator.

Moderatorul de focus-grup trebuie să fie un bun ascultător, un ascultător activ, trebuie să creeze în interiorul grupului un interes pentru tema în discuţie, să stimuleze schimbul de idei şi de opinii personale. Un bun moderator de focus-grup va menţine orice discuţie în topicul său fără a neglija aspectele neprogramate, dar utile care pot apărea în discuţie, urmărind în permanenţă reacţiile fiecărui subiect

BCU CLUJ / UNIVERSITY LIBRARY

participant. Moderatorul va ţine sub control personalităţile puternice care ar putea domina sau impune opiniile personale celorlalţi participanţi la discuţie sau va stimula exprimarea opiniilor personale de către acei subiecţi rezervaţi, temători sau conformişti. Acelaşi moderator va trebui să aibă, ca trăsătură de personalitate, curiozitatea şi să nu-şi piardă interesul sporit faţă de interacţiunea cu indivizi străini lui.

Un bun moderator nu trebuie să aibă opinii personale pe parcursul desfăşurării unei sesiuni de focus-grup. Nu ne referim la verbalizarea acestor opinii, ci la aparenta lipsă de opinie pe care coordonatorul discuţiei de grup trebuie să o manifeste. Nu poate exista un grup bine condus acolo unde moderatorul pare să creadă, de exemplu, că o acţiune a unui personaj politic aflat în discuţie este corectă sau acolo unde experienţa personală legată de un subiect de dezbătut a fost puternic negativă. Aceasta pentru că nu doar subiecţii sunt supuşi examinării: fiecare subiect în parte îşi va îndrepta atenţia spre „gazda" discuţiei şi va încerca să intuiască „motivele ascunse" sau „răspunsurile corecte" la întrebările care îi sunt adresate.

Poziţia moderatorului, aflat în centrul atenţiei a cel puţin opt subiecţi, este fragilă. Orice grimasă, zâmbet, înclinare a capului, postură a corpului, a mâinilor poate încuraja un tip de răspuns care să nu reflecte în mod necesar opinia corectă a subiecţilor. În aceste condiţii, numai experienţa a sute de focus-grupuri şi permanentul exerciţiu de învăţare poate fi de folos.

Activitatea unui moderator de focus-grup implică de fiecare dată – şi de dorit fără excepţii – păstrarea unei atitudini echidistante faţă de tema discuţiei şi deschise în raport cu orice opinie exprimată. Această „misiune" este de departe una dintre cele mai importante atunci când vine vorba despre conducerea unor discuţii pe teme politice. Şi nu ca urmare a unei eventuale simpatii/antipatii politice personale a moderatorului, ci mai degrabă a tipului de argument pe care orice subiect de focus-grup îl aduce în sprijinirea afinităţii sau adversităţii sale politice şi a reacţiei umane pe care un moderator o poate avea. Şi, cum argumentele subiecţilor, în cadrul discuţiilor pe teme politice, pot fi emoţionale, raţionale, dar şi absurde, ce alte provocări mai mari decât echidistanţa şi echilibrul le poate avea persoana însărcinată să conducă un focus-grup electoral?

O altă provocare căreia trebuie să-i facă faţă un moderator este cea a subiecţilor „dificili" din cadrul sesiunilor de focus-grup. Sunt frecvente grupurile în care există subiecţi care fie doresc să monopolizeze discuţia (utilizând ca argument criteriul vârstei, al poziţiei sociale etc.), fie tratează zeflemist o temă aflată în

discuţie. În astfel de situaţii, „sancţiunile" moderatorului trebuie făcute astfel încât efectul intervenţiei să fie ponderarea manifestărilor subiectului, fără a-i inocula un disconfort de-a lungul timpului alocat discuţiei. Am aflat despre situaţii în care manifestările unui subiect din cadrul grupului, departe de a fi agresive, ci doar „dificile", au dus la eliminarea acestuia din sala de focus-grup. Cu excepţia cazului în care nici unul dintre filtrele de recrutare nu a descoperit o devianţă comportamentală majoră, acest lucru nu corespunde metodologic cu ceea ce am definit ca fiind misiunea unui bun moderator. Dimpotrivă, sugerează o carenţă de pregătire majoră şi invalidează calitatea discuţiei.

Dinamica unui grup se formează din primele momente ale salutului adresat de către moderator, ale prezentării temei, ale solicitării (reînnoite) de accept a înregistrării discuţiei. Experienţa personală de moderare, ce numără câteva sute de grupuri, mi-a demonstrat în timp că nu există o temă de discuţie care să nu aibă parte de o dinamică cel puţin medie de discurs al subiecţilor. Cazul particular al focus-grupurilor electorale implică însă un dinamism al „simţului comun" similar cu dinamica discuţiilor microbiste, care face ca activitatea moderatorului să fie mai concentrată şi orientată spre identificarea de motivaţii subconştiente care fac posibilă conturarea unor reprezentări politice puternice sau identificarea mecanismului de evaluare a unui candidat/partid.

Moderatorul este în general responsabil de structurarea ghidului de interviu pentru focus-grupul pe care îl conduce. Desigur că beneficiarul studiului sau managerul de proiect coordonează această activitate, prin proiectarea unor linii de parcurs şi uneori construirea unor grile de întrebări pornind de la scopul definit al cercetării. Dar implicarea unui moderator este mai mult decât necesară, acesta fiind cea mai avizată persoană care să fie consultată atunci când, de exemplu, este stabilit numărul de subteme abordate, durata fiecărei etape de discuţie sau construirea scenariilor de prezentare a unei situaţii/material video etc.

De ce devine structurarea grilei de discuţii unul dintre aspectele de multe ori delicate ale desfăşurării unui focus-grup? În general, datorită faptului că tendinţa beneficiarilor este de a acumula cât mai multe şi mai diverse informaţii în acelaşi interval de două ore dedicat sesiunii de focus-grup (nu discutăm aici despre seriile de grupuri incluse de obicei într-o cercetare calitativă). Nu de puţine ori, argumentul este următorul: „o întrebare în plus nu contează", iar aici este necesară intervenţia moderatorului. Un bun moderator poate să prezinte cel mai bine argumente pentru care se poate întâmpla ca o întrebare suplimentară introdusă în

grilă să nu aducă informaţie consistentă calitativ sau să „rupă" fluxul dorit şi proiectat al unei discuţii.

Atunci când vorbim despre adăugarea nu a unei singure întrebări, ci a unei teme de discuţie, provocarea adresată moderatorului este mai interesantă. Nu de puţine ori, timpul este atât de scurt, încât moderatorul va fi pus în faţa unor schimbări/adăugiri de teme chiar înaintea desfăşurării efective a grupului. Reacţia rapidă necesară unui bun moderator în timpul focus-grupului va fi necesară şi în acest caz. Asimilarea schimbărilor, recrearea scenariilor, reformularea unor itemi, reîncadrarea temporală a temelor de discuţie, documentarea rapidă pe materiale noi, toate sau oricare dintre aceste aspecte pot aduce modificări fundamentale în ceea ce pare a fi deja programat pentru discuţia de grup ce va urma. Făcând referire din nou la cazul grupurilor din perioada electorală, testarea de sloganuri sau materiale promoţionale ale unui candidat sunt cele mai susceptibile situaţii în care informaţiile apar în ultimul moment (să nu uităm că agenţiile angajate în formularea informaţiei – de tip vizual, audio etc. – pe care subiecţii electori să o agreeze lucrează contracronometru). Anul 2008 a adus două situaţii diferite şi două tipuri de „artere" conceptuale electorale care au trebuit să fie luate în considerare în întocmirea oricărui plan de cercetare calitativă.

În situaţia alegerilor locale, modalitatea de vot era cunoscută subiecţilor, internalizată în urma experienţei electorale proprii sau a grupurilor de referinţă. Etapa alegerilor parlamentare a avut însă ca „umbrelă" comună tuturor grupurilor/personajelor politice în discuţie (ne)înţelegerea sistemului electoral nou. Confuzia pe care a generat-o noul sistem electoral a fost considerată pe alocuri o temă în sine de către agenţii de imagine ai candidaţilor şi, implicit, de către prestatorii de servicii de cercetare, pentru că a fost vitală cunoaşterea limitelor de înţelegere şi asimilare a noilor reglementări de către cei profund implicaţi în procesul electoral: votanţii. Interesul faţă de această chestiune cu caracter de „generalitate" a fost însă limitat. Este evidentă diferenţa de abordare metodologică în cele două situaţii, cea a alegerilor locale şi cea a alegerilor parlamentare, dincolo de destinaţia votului şi palierul de interes local *versus* general.

Să luăm pentru început cazul cercetărilor calitative desfăşurate în primăvara anului 2008. Nici unul dintre zecile de focus-grupuri desfăşurate nu au fost problematice pe segmentul „ce se întâmplă cu votul meu?". Procesul era clar, nici o aparentă problemă pentru un votant care alegea să meargă la vot şi să marcheze liber acel candidat care să-i reprezinte interesele în cadrul comunităţii sale (localitate sau sector). Mai mult decât atât, existenţa a două scrutine electorale

(acolo unde era cazul) implica o nouă alegere, dintre doi candidaţi cel mai bine votaţi din acelaşi perimetru electoral. Câştigătorul era desemnat prin însumarea numărului de voturi, iar misiunea moderatorului, dată fiind claritatea procesului, era să se focalizeze pe temele specifice de interes ale beneficiarilor săi politici.

Alegerile din toamna lui 2008 au adus, aşa cum menţionam mai devreme, chestiunea lipsei de informare a potenţialilor electori asupra modului practic de funcţionare a noului sistem de vot. Da, cunoaşterea/necunoaşterea noului sistem a fost tema unor întrebări obligatorii în cadrul sesiunilor de focus-grup. Dar nici moderatorul nu a fost scutit de întrebări „tematice", chiar în timpul discuţiilor de grup. Iată două exemple de întrebări primite de la subiecţi: „Îmi spuneţi şi mie în ce colegiu sunt?" sau „Dacă iese X în secţia mea de votare, asta înseamnă că va intra în Parlament?".

Dată fiind selecţia subiecţilor din anumite colegii electorale pentru fiecare actor politic/beneficiar al cercetării calitative, pentru prima întrebare, răspunsul a venit în general din partea altor subiecţi prezenţi la focus-grup. A doua întrebare însă a presupus oferirea de explicaţii fie în cadrul sesiunii de focus-grup, fie la sfârşitul acesteia, în funcţie de ceea ce beneficiarul considera a fi de interes pentru scopul definit operaţional al cercetării calitative. Cu alte cuvinte, dacă beneficiarul dorea aprofundarea chestiunii votului, moderatorul oferea explicaţii în rezumat imediat după apariţia întrebării – şi implicit chestiunea era deja inclusă în grila de moderare –, iar dacă beneficiarul nu dorea să cunoască alte aspecte decât cele legate de prestaţia actorului politic în diferite ipostaze (interviuri televizate, întâlniri cu electoratul etc.), atunci moderatorul era obligat să amâne răspunsul la întrebare către sfârşitul întrevederii de grup, diluând problema şi reorientând-o către temele definite şi imperativ necesare ale discuţiei.

Dincolo de sistemul de vot al „parlamentarelor", activitatea moderatorului de focus-grup pe teme electorale s-a menţinut în parametrii obişnuiţi ai discuţiilor de acest gen. O parte dintre temele abordate însă au fost comune nu doar etapelor electorale ale lui 2008, ci anilor electorali în general: „cele mai grave probleme ale României", „probleme cu rezolvare prioritară în secţia/colegiul electoral", „principalii responsabili de soluţionarea problemelor enunţate de către subiecţi" etc. Cea mai importantă concluzie referitoare la moderarea focus-grupurilor electorale este aceea că nu există cercetare calitativă bine realizată pe teme electorale fără un moderator cu experienţă, ale cărui atribute profesionale şi de personalitate să fie cât mai apropiate de ideal-tipul unui moderator de focus-grup. Odată îndeplinită această condiţie, existenţa unui proces de recrutare fidel cerinţelor şi o etapă de

analiză de date care să reflecte obiectiv atitudinea şi reacţiile subiecţilor participanţi completează profilul unei cercetări calitative consistente şi valide informaţional.

Cercetarea calitativă *versus* „votul uninominal"

Ca orice sistem electoral nou, sistemul de vot mixt proporţional prezintă o serie de avantaje şi dezavantaje. Alegerile au fost privite de către majoritatea alegătorilor ca un mijloc de a desemna reprezentanţii care să le medieze relaţia cu statul, dar mai ales persoanele care să îi sprijine în luarea deciziilor. În opinia multor subiecţi intervievaţi, votul însemna alegerea candidatului preferat pe care ar avea ocazia să-l sancţioneze şi să-l tragă la răspundere, de aceea poate sintagma preferată de subiecţi în cadrul cercetărilor calitative desfăşurate de INSOMAR a fost „se votează omul, nu partidul". Cum au funcţionat însă studiile calitative şi de ce s-a apelat la metoda focus-grup în perioada electorală?

Motivul pentru care se face apel la metoda focus-grup în cadrul campaniilor electorale rezidă din practicile actorilor politici indigeni (spaţiul public românesc) de a identifica, a selecta, a recruta şi a promova personalităţile ce vor candida la alegeri. Putem pune accent aici pe notorietatea candidatului, pe aşteptările electoratului şi pe dinamica comportamentului electorilor faţă de candidaţi (experienţa alegerilor trecute). Focus-grupul reprezintă în această situaţie o completare calitativă de neînlocuit în definirea atributelor de personalitate ale candidaţilor, a caracteristicilor ofertelor politice venite din partea partidelor, respectiv a reprezentanţilor acestora în campania electorală. De asemenea, focus-grupul poate fi un element-cheie în studiul receptării, accesibilităţii, aplicabilităţii elementelor simbolice ale actorilor politici (siglă, leadership, valori, ideologie) nu doar în campania electorală, ci şi pe parcursul mandatului.

Cercetarea de tip focus-grup serveşte la elaborarea unei campanii electorale, deoarece, de cele mai multe ori:

- campania contracandidatului direct nu reprezintă unica problemă ce trebuie rezolvată; intervine aici şi dificultatea transmiterii mesajului la alegători de comunicatori persuasivi;
- credinţa unui partid că dispune de candidatul ideal nu garantează succesul şi impactul dorit asupra electoratului;

- pe parcursul unei campanii electorale, atitudinile faţă de candidaţi sunt schimbătoare, iar o cercetare cantitativă nu poate explica motivele pentru care se întâmplă acest lucru ;
- poate identifica aşteptările, respectiv nemulţumirile electoratului faţă de candidaţi ;
- poate identifica tipul candidatului ideal pentru o anumită funcţie ;
- poate testa mesaje, imagini, flyere, bannere, afişe, sigle, discursuri, materiale video sau audio cu candidatul şi orice alt fel de material electoral ;
- oferă feedback imediat în ceea ce priveşte materialele electorale ale unui candidat sau ale unui partid ;
- oferă feedback în ceea ce priveşte modul în care se afişează un candidat (mimică, postură, vestimentaţie, tonalitate etc.) ;
- poate face comparaţii între candidaţi şi între tipuri diferite de campanii electorale ;
- este mult mai eficient şi mai puţin costisitor decât o cercetare cantitativă.

De cele mai multe ori, campaniile câştigătoare nu ţin strict de candidatul cel mai bun, ci de strategii, tipul de mesaj sau modul de a-l comunica, capacitatea de a-şi identifica grupul-ţintă corespunzător şi, nu în ultimul rând, de răspunsul primit din partea electoratului. Putem spune că feedbackul aşteptat de fiecare partid sau candidat în parte de la electorat poate fi exprimat prin aprecierea şi loialitatea faţă de ideologia şi valorile comun exprimate.

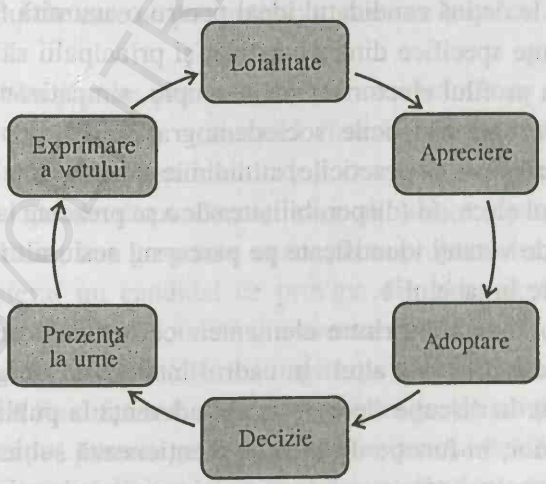


Figura 1

Omul politic dispune deja de o imagine publică alimentată de un trecut politic sau social şi de o memorie colectivă; de aceea, în cadrul focus-grupurilor se poate realiza evaluarea candidatului, a reputaţiei, a influenţei politice şi sociale a acestuia. Campaniile electorale se bazează de cele mai multe ori pe informaţiile şi experienţele cunoscute ale publicului-ţintă, în locul adoptării şi transmiterii unor informaţii noi. Toate acestea depind direct de bugetul de campanie şi de disponibilitatea şi posibilitatea candidatului de a profita de oportunităţile pe care le are. Diversitatea, fragmentarea canalelor media, fragmentarea electoratului de către mass-media, precum şi lipsa studiilor de opinie pot fi cauze directe ale insuccesului unei astfel de campanii. De aceea, scopul focus-grupului este de a avea acces la informaţiile considerate „private" de către subiecţi (votul este confidenţial şi secret), la sentimente, emoţii, trăiri conştiente sau nu, ceea ce sondajele de opinie, televiziunea şi/sau radioul nu pot face. În cadrul unui focus-grup, subiecţii pot aprecia sau nu simbolurile vizuale, verbale, nonverbale, grafica, efectele sonore pentru a optimiza o campanie electorală şi mai ales pentru a o adapta la cerinţele publicului, ţinta fiind votul, dar mai ales loialitatea alegătorului faţă de un anumit candidat sau partid.

Cercetarea calitativă (focus-grupul) realizată în cadrul perioadei electorale, pentru anumiţi actori politici, a avut ca obiective: identificarea profilului unui grup-ţintă de electori, crearea şi testarea unui slogan electoral, identificarea aşteptărilor, respectiv a nemulţumirilor electoratului faţă de candidat, caracteristicile pe care trebuie să le deţină candidatul ideal pentru o anumită funcţie, precum şi eventualele diferenţe specifice dintre candidat şi principalii săi contracandidaţi. Pentru a identifica profilul electorilor (de exemplu, simpatizanţi ai unui partid), putem porni de la caracteristicile sociodemografice ale populaţiei-ţintă, însă interesul cade în principal pe practicile, atitudinile şi cunoştinţele acestora despre structura şi procesul electoral (disponibilitatea de a se prezenta la vot) şi orientarea politică. Tipurile de votanţi identificate pe parcursul sesiunilor de focus-grup se regăsesc enumerate în tabelul 1.

Sloganul electoral se află printre elementele ce i-ar determina pe subiecţi să opteze pentru un candidat sau altul. În cadrul întâlnirilor de grup, mesajele de campanie sunt puse în discuţie (le este testată aderenţa la public) sau, după caz, sunt create altele noi, în funcţie de ceea ce menţionează subiecţii.

Dacă acestea trebuie să vizeze solidaritatea şi activismul social, mesajul trebuie să se adreseze colectivităţii, pe un ton implicat, să cuprindă termeni ca: „cetăţeni", „noi", „împreună", „cu toţii" (de exemplu, „Construim împreună").

Tabelul 1. *Tipuri de votanţi*

Votantul optimist	Peste 50 de ani, speră că lucrurile vor merge mai bine, dar nu poate defini exact parametrii de schimbare, are simpatii politice moderate şi merge la vot din datorie civică; îşi poate schimba opţiunea politică în funcţie de intensitatea mesajului şi de grupul de referinţă (anturaj).
Votantul sceptic	Egal distribuit în categoriile de vârstă, prudent în privinţa eficienţei civice a votului acordat (nu crede toate promisiunile), sceptic faţă de onestitatea şi devoţiunea civică a candidaţilor (nu acţionează în interesul populaţiei).
Votantul de partid	Acoperă întregul spectru de vârstă, foarte loial şi stabil în simpatiile politice afişate.
Votantul neconvenţional	În general, tânăr, foarte bine informat, spirit critic şi selectiv în preluarea informaţiilor despre candidaţi, admite că nu există un candidat perfect, deschis spre schimbare. Votul lui poate fi nesigur până în ziua votului, tinde să aprecieze campaniile neconvenţionale şi mesajele atipice.

Identificarea temelor de campanie principale, cu cel mai mare impact electoral, cât este de credibil, coerent, competent candidatul când vorbeşte pe anumite teme şi pe cine consideră subiecţii vinovat de situaţia actuală sunt elemente-cheie în crearea unei campanii electorale durabile.

Putem identifica totodată aşteptările, respectiv nemulţumirile electoratului faţă de candidat, vizând modul în care îl percep oamenii pe acesta la nivel verbal şi nonverbal, atributele care se pot optimiza, precum şi cu ce anume le-ar putea câştiga simpatia.

Cu ajutorul subiecţilor se pot enumera caracteristicile pe care trebuie să le deţină candidatul ideal pentru o anumită funcţie. Ca exemple de atribute de imagine, enumerate în cadrul sesiunilor de focus-grup, amintim: persoană care să fi deţinut o funcţie de răspundere şi care să aibă competenţă managerială, cinste, responsabilitate, bun gospodar, cunoaşterea problemelor administrative ale oraşului, este preferat un candidat ce provine din zona din care fac parte şi subiecţii, bogat, ca să nu mai „fure" din averea statului.

Există posibilitatea ca atributele de imagine pe care ar trebui să le întrunească un candidat ideal să fie diferite în funcţie de vârsta participanţilor la focus-grup, de nivelul de educaţie, precum şi de regiunea în care se desfăşoară întâlnirea.

În ceea ce priveşte modul în care se prezintă candidatul (prezenţă, vestimentaţie, mimică, tonalitate etc.), subiecţii sunt rugaţi să urmărească fragmente de film, să dezbată şi să argumenteze prezenţa fizică a acestuia.

B.C.U. M. EMINESCU IAŞI

Pe baza acestor informaţii se vor elabora propuneri pentru a îmbunătăţi imaginea publică a candidatului. De exemplu: „Prezenţa sa nu va fi statică, argumentând discursul cu gestica mâinilor. Nu va încrucişa mâinile. Mişcarea mâinilor trebuie să fie calmă".

Participanţii la masa rotundă pot oferi feedback imediat în ceea ce priveşte materialele electorale ale unui candidat sau ale unui partid (imagini, flyere, bannere, afişe, sigle), pot propune şi testa materialele promoţionale pregătite de promotorii campaniei electorale pentru acţiunile interactive ale candidatului cu potenţialii alegători.

Un aspect interesant de menţionat referitor la distribuirea de materiale promoţionale din campaniile electorale (şepci, şorţuri de bucătărie, pliante, pixuri etc.) este acela că, de cele mai multe ori, subiecţii au considerat că produsele distribuite au fost neadecvate şi că producerea acestora implică o serie de cheltuieli nejustificate din banii publici (doresc reorientarea acestor bani către lucruri mai importante).

Se pot face comparaţii între candidaţi şi între tipuri diferite de campanii electorale. Notorietatea candidaţilor şi evaluarea candidaţilor prin enumerarea unor atribute pozitive şi negative pentru fiecare dintre candidaţi sau potenţiali candidaţi, legătura candidat-partid, impactul şi influenţa acestuia asupra imaginii candidatului.

În cadrul sesiunilor de focus-grup se pot identifica avantajele şi dezavantajele noului sistem de vot, aşa cum sunt văzute de către subiecţi, oamenii de rând, alegători, oameni politici, precum şi capacitatea de a crea şi modela un ideal-tip de candidat. Profilul sociodemografic al candidatului (ideal-tip), precum şi evidenţierea elementelor particulare ce fac diferenţa specifică dintre candidaţi reprezintă elemente esenţiale în campania electorală.

De asemenea, în cadrul focus-grupurilor, se poate testa eficienţa canalelor mediatice prin intermediul cărora se realizează comunicarea de campanie sau se pot propune materiale promoţionale pentru acţiunile interactive cu potenţialii alegători (steguleţe electorale, baloane):

- canale formale (televiziune, radio, presa scrisă): prezentarea materialelor video, audio, articole ale subiecţilor în care îşi exprimă opinia;
- canale neformale (SMS, e-mail, panotaj *outdoor/indoor*, pliante), prezentarea textelor şi imaginilor ce urmează a fi trimise sau afişate în spaţiul public în cadrul campaniei electorale;
- canale informale (*door-to-door*, *person-to-person*, întâlniri cu alegătorii în cadrul asociaţiilor de locatari).

Tabelul 2. *Elemente ce fac posibilă diferenţierea dintre candidaţi şi care pot fi urmărite în cadrul unei întâlniri de tip focus-grup*

Influenţa partidului	**Tendinţa candidaţilor de a se identifica cu partidul din care fac parte**
Singularizare	Identificarea modalităţilor de a ieşi în evidenţă faţă de ceilalţi candidaţi Oferte concurente – aceleaşi aşteptări Ce i-ar face pe subiecţi să voteze cu un candidat, şi nu cu altul
Prestanţa media	Evaluarea prestaţiei mediatice a candidatului
Credibilitate/persuasiune/competenţă	Măsurarea gradului de credibilitate/persuasiune/competenţă a candidatului în raport cu temele abordate

După cum se poate observa, utilitatea focus-grupului este dovedită atât în domenii şi practici sociale sau de marketing, cât şi în politică sau mass-media. Aparent, focus-grupul este o metodă uşor de pus în practică, comparativ cu metodele cercetării cantitative, însă reuşita ţine, ca în orice demers sociologic, de respectarea demersului metodologic, de experienţa moderatorului şi disponibilitatea de autodezvăluire a subiecţilor. Ceea ce ne-am propus în acest material a fost să enumerăm principalele caracteristici ale focus-grupului, cu referire la utilitatea acestei metode în cadrul campaniilor electorale. Aşa cum s-a putut observa din cele de mai sus, pentru campaniile electorale, o cercetare calitativă de tip focus-grup, repetată săptămânal pe tot parcursul campaniei, poate aduce soluţii câştigătoare.

Bibliografie

Krueger, Richard A., Mary Anne Casey. 2005 (2000). *Metoda focus-grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iaşi: Polirom.

How to Use Focus Groups to Solicit Ideas and Feedback. http://www.psu.edu/president/pia/innovation/focusgroups.pdf.

BCU Cluj / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Partea a IV-a

Urmările alegerilor din 2008

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Implicaţiile politice ale alegerilor din 2008 asupra partidelor şi guvernării

Răzvan Deşliu

Alegătorul român, o „resursă" tot mai costisitoare

Orice analiză a anului electoral 2008, a rezultatelor alegerilor şi a evoluţiei principalilor actori politici nu poate porni decât de la o primă observaţie de fond, cea a accentuării trendului de scădere a ratei de participare la vot. Graficul reprezentat mai jos este autoexplicativ.

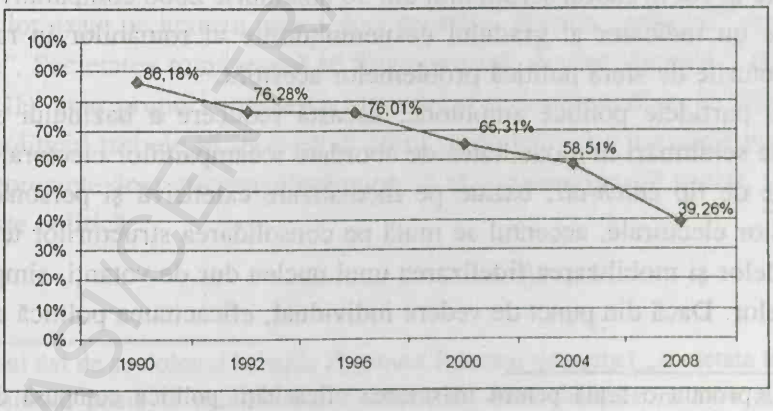


Figura 1. *Evoluţia ratei de participare la vot*

Pe lângă problema inerentă a legitimităţii unui sistem democratic, indusă de o rată ridicată a absenteismului electoral (subiect dezbătut pe larg în capitolul lui Claudiu Ivan : „Cine şi de ce nu vine la vot"), mă voi referi în paginile următoare

la consecinţele acestui fenomen asupra sistemului de partide politice din România. Posibilele cauze ale dezangajării electoratului românesc pot fi împărţite în câteva categorii generale:

1. decuplarea politicului de social (autoreferenţialitatea activităţii politice, agenda publică stabilită la nivel politic şi mass-media);
2. uniformizarea ofertei politice (programe politice standardizate, incapacitatea de a reprezenta interesele unor grupuri sociale);
3. pierderea relevanţei principalei linii de demarcaţie a politicii româneşti în jurul valorilor reformismului social-economic şi al raportării la perioada regimului comunist (în anii '90, acesta a fost principalul factor mobilizator al electoratului);
4. deficitul de concretizare a principalelor proiecte dezbătute în sfera publică (nici un proiect major de modernizare nu a fost finalizat, fie că ne referim la sectorul infrastructurii, educaţiei, asistenţei sociale sau al sănătăţii).

Cu alte cuvinte, corpul electoral nu mai identifică o utilitate socială în participarea la vot ca expresie a preferinţelor politice. În acest sens, voi face referire la conceptul *eficacităţii politice*, definit în literatura de specialitate drept „sentimentul pe care un alegător îl are atunci când acţiunea sa politică are un impact cuantificabil asupra procesului politic, cu alte cuvinte, că există un beneficiu real în a-şi exercita datoria de cetăţean"[1] (Campbell, 1954). Înjumătăţirea ratei de participare la vot în cadrul scrutinului din 30 noiembrie 2008 comparativ cu anul 1992 este un indicator al gradului de nemulţumire al românilor în raport cu soluţiile oferite de sfera politică problemelor acestora.

Pentru partidele politice autohtone, această reducere a bazinului electoral presupune schimbări în modalitatea de abordare a campaniilor electorale. De la strategiile de tip *catch-all*, bazate pe mediatizare extensivă şi personalizare a campaniilor electorale, accentul se mută pe consolidarea structurilor teritoriale ale partidelor şi mobilizarea/fidelizarea unui nucleu dur de votanţi, simpatizanţi ai partidelor. Dacă din punct de vedere individual, eficacitatea politică a votului

1. Autorii propun o scală pentru măsurarea eficacităţii politice compusă din patru afirmaţii menite să evalueze gradul de participare a cetăţenilor: 1. *Nu am nici un cuvânt de spus asupra deciziilor guvernului.* 2. *Politica guvernului este atât de complicată, încât este dificil de înţeles ce se întâmplă.* 3. *Votul reprezintă singura posibilitate de a influenţa modul de funcţionare a Guvernului.* 4. *Politicienii nu sunt preocupaţi de convingerile alegătorilor.*

este pusă sub semnul întrebării, din punctul de vedere al logicii partidice, eficacitatea politică s-ar putea defini, în noul context politic, drept *capacitate de mobilizare* a unui nucleu compus din simpatizanţi, membri de partid şi electorat fidel. De la fenomenul partidului de masă, potenţat prin tehnicile marketingului politic, asistăm la un proces de revalorizare a aparatului de partid, a capacităţilor sale organizatorice şi de structurare în teritoriu. Pentru a ilustra această modificare a cadrului electoral, este oportun să se stabilească o legătură cu teoria asupra ciclului de viaţă al unui produs (din domeniul marketingului).

Noutatea unui produs pe piaţă implică un acces complet la întregul bazin al potenţialilor cumpărători. Există o perioadă de timp în care caracteristica de noutate a produsului asigură beneficii producătorului, produsul în sine fiind cel care determină piaţa. Ulterior, produsul va fi duplicat şi vândut de către concurenţă, în modalităţi cât mai diferite de prezentare şi preţ. Este etapa în care piaţa se segmentează atât în funcţie de producători, cât şi de categoriile de cumpărători. Marjele de profit se subţiază proporţional cu intensificarea concurenţei pe piaţă. În măsura în care produsul nu poate fi modernizat, adaptat noilor cerinţe ale pieţei, acesta va deveni tot mai greu de vândut, urmând a fi eliminat treptat de pe piaţă.

„Piaţa" electorală românească a atins un nivel de saturaţie. Este în discuţie nu atât cererea, cât calitatea ofertei politice. Partidele româneşti încă manifestă comportamentul politic al anilor '90, când capitalizarea voturilor se făcea pe baza discursurilor axate pe iterarea unor valori generice, precum „reformă" sau „decomunizare". Societatea românească se fragmentează, devine „lichidă"[1] (Bauman, 2005, p. 11), apar grupuri sociale cu aşteptări şi cerinţe specifice. În faţa acestor sfidări, politicul trebuie să înceapă să ofere răspunsuri, iar partidele politice să nu mai reprezinte doar etichete ideologice, ci să capete un profil social, să obţină o identitate politică.

1. În sensul dat de sociologul britanic Zygmunt Bauman sintagmei „societate lichidă": „O societate poate fi numită «lichid-modernă» dacă situaţiile în care acţionează oamenii se modifică înainte ca modurile lor de acţiune să se consolideze în obişnuinţe şi proceduri. Într-o societate lichidă, indivizii nu-şi pot consolida rezultatele în bunuri de durată. O societate lichidă trebuie să se modernizeze (eliberarea de atributele ajunse la scadenţă, schimbarea continuă a identităţilor sociale), dacă nu vrea să dispară".

Construirea identităţii politice a partidelor româneşti

Ce înseamnă identitatea politică a unui partid şi care sunt elementele care o compun? O aproximare a conceptului ar cuprinde suma ideilor, credinţelor, imaginilor şi simbolurilor pe care le produce respectivul partid. Este vorba în primul rând despre doctrina oficială, apoi despre discursurile justificative ale prezenţei partidului în viaţa publică, argumentele pe care membrii partidului şi le asumă în lupta cu celelalte forţe, imaginile pe care membrii le vehiculează asupra partidului propriu sau altor partide, imaginea spectrului politic din perspectiva partidului respectiv. Politologul Peter Merkl (1988) introduce printre funcţiile partidelor enumerate de el (care ţin fie de organizare, fie de selecţia liderilor) şi unele noi care ating problema identităţii politice: un partid produce programe/ politici pentru guvernare; are o funcţie de integrare socială prin satisfacerea cerinţelor diverselor grupuri sau prin oferirea unui sistem de credinţe, ideologii, această funcţie având ca rezultat generalizarea cerinţelor punctuale ale unor grupuri în interese ale întregii societăţi.

Consider că un partid posedă o identitate politică atunci când se revendică de la o ideologie politică, îşi construieşte politicile urmând această filiaţie, politici care caută să răspundă cerinţelor unui electorat propriu prin intermediul programelor electorale şi, ulterior, guvernamentale care li se adresează şi are un lider cu o imagine puternică atât în interiorul său, cât şi în rândul alegătorilor. Dacă revendicarea ideologică şi imaginea liderului nu sunt ingrediente obligatorii care să intre în componenţa identităţii unui partid, nu acelaşi lucru se poate spune despre politicile şi programele elaborate de către un partid, pentru că, datorită lor, respectivul partid se individualizează, adresându-se unui electorat bine precizat.

Pentru a se poziţiona pe axa stânga-dreapta, partidele fac apel în primul rând la ideologia de la care se revendică. Adaptarea ideologiei la această poziţionare efectuată de partide este surprinsă însă foarte bine în următoarea definiţie dată ideologiei: „Ideologia unui subiect politic este sistemul complex de idei (şi valori) care îi permite să-şi conştientizeze situaţia, *să-şi fixeze, clarifice, justifice, şi să-şi întărească atitudinile politice, prelungindu-le pe terenul strategiei şi tacticii politice*" (Bernard, 1983, p. 61).

Noua configuraţie politică rezultată după alegerile din 2008 schimbă polarizarea ideologică dintre partide. Preluând distincţia operată de Giovanni Sartori între

sistemele politice centripete și sistemele politice centrifuge[1] (Sartori, 1976), sistemul românesc de partide devine unul centripet, în care distanța ce separă ideologiile principalelor partide se reduce, iar partidele realizează ușor coaliții la guvernare, chiar dacă au programe politice diferite. Într-un orizont de timp mai larg, această schimbare de morfologie politică are efecte mult mai importante decât fenomenul mult mai vizibil al reducerii numărului de partide.

În condițiile unei volatilități electorale ridicate, partidele nu se pot baza în campaniile electorale decât pe „trucurile" marketingului politic și pe forța de mobilizare a organizațiilor teritoriale. Se prevede creșterea dificultății partidelor românești în a-și contura un nucleu identitar în rândul electoratului, în afara cercului de membri și simpatizanți. Cauzele sunt multiple:

- sunt foarte puțini alegători care să manifeste loialități ideologice sau partinice (chiar există o aversiune față de acest tip de atașament);
- după omogenizarea forțată din perioada regimului comunist, procesul de diferențiere și segmentare a grupurilor sociale este încă într-o fază incipientă;
- lipsa unor clivaje relevante în societatea românească, iar cele existente nu sunt transpuse la nivel politic;
- ascensiunea grupurilor de presiune (patronate, sindicate), ce reprezintă interesele unor grupuri bine delimitate, care nu se grăbesc să coopereze cu partidele politice, cu excepția celor aflate la putere și doar pe bază de negociere, și nu de afiliere.

Dacă în sistemele politice consolidate dilema partidelor este cum să încerce să-și mărească numărul de alegători fără să-și dilueze identitatea proprie, evitând astfel pierderea electoratului tradițional, fidel, în România, principala problemă a partidelor este cea a credibilității în fața corpului electoral. Creșterea continuă a complexității decizionale la nivelul conducerii politice, opacitatea ce înconjoară înfăptuirea actului decizional, diversele influențe ale grupurilor de interese au dus la o ruptură între guvernanți și guvernați. Politica le apare acestora din urmă, din ce în ce mai mult, ca o sferă închisă, dominată de jocuri obscure de interese și greu accesibilă.

1. Spre deosebire de sistemul politic centripet, într-un sistem politic centrifug există o distanță ideologică considerabilă între principalele partide și se face simțită prezența unui partid antisistem.

Partidele politice româneşti nu au încă soluţii pentru a diminua această discreditare a politicului. Nici chiar jocul politic bazat pe alternanţa la guvernare nu mai este credibil în ochii alegătorilor, iar experienţa coaliţiei PD-L – PSD va submina şi mai mult încrederea alegătorilor în autenticitatea conflictului (competiţiei) de viziuni şi programe între partidele româneşti. Cu toate eforturile partidelor în campania electorală de a se diferenţia unele de celelalte, de a transmite mesaje şi a utiliza limbaje diferite, de a găsi „alternative", opinia publică a devenit tot mai neîncrezătoare în capacitatea partidelor de a răspunde problemelor societăţii. Alternanţa partidelor la putere capătă un caracter de formalitate, ceea ce Seymour Martin Lipset (1981) numea *elections without choice* („alegeri fără alegere"). În preocuparea lor de a ajunge la putere, partidele politice nu îşi mai propun (sau nu sunt capabile) să formuleze programe, politici care să le individualizeze.

Sunt puse astfel în discuţie funcţiile tradiţionale ale unui partid politic, funcţii care nu-şi regăsesc un corespondent în activitatea partidelor din România: de structurare a procesului electoral, de reprezentare şi agregare a intereselor diferitelor grupuri, de organizare a guvernului şi formulare a politicilor. Un motiv de îngrijorare îl constituie incapacitatea de adaptare a partidelor la procesul de fragmentare socială. Apar noi zone de conflict social, cum ar fi raportul dintre deţinătorii de capital şi salariaţi, sectorul privat *versus* sectorul de stat, conflictul între generaţii sau costurile transformării sociale. Mai mult, în actuala conjunctură economică, partidele politice româneşti trebuie să fie capabile să se transforme în organizaţii ce se adresează unui număr mare de oameni, cu scopul de a-i convinge că sunt capabile să gestioneze eficient economia naţională.

Alegerile din 2008 au dovedit încă o dată că principalul rol funcţional al unui partid românesc este de a ajunge la putere (cu orice preţ), şi nu de a elabora programe, de a le dezbate public şi de a reprezenta interesele cetăţenilor. Campania electorală a fost structurată în funcţie de cine e la putere şi cine e în opoziţie, dar, după momentul alegerilor, linia de demarcaţie între cele două zone a devenit superfluă. Programele politice au fost şi de această dată eclectice şi generoase, cu particularitatea adusă de programele anticriză, o improvizaţie electorală cu caracter mimetic pentru cele trei partide principale.

Mizele noului sistem electoral

Înainte de a analiza principalele efecte ale sistemului electoral introdus înaintea alegerilor parlamentare din 30 noiembrie 2008, se impune precizarea că, pentru evaluarea unui sistem electoral nou introdus, sunt necesare cel puţin două cicluri electorale. Procesul de deprindere a regulilor, a constrângerilor şi a oportunităţilor oferite de un sistem electoral atât pentru alegători, cât şi pentru partide cere timp pentru absorbirea tuturor informaţiilor (Chiaramonte, 2005, p. 120).

În România, trecerea de la un sistem electoral bazat pe reprezentare proporţională la unul „mixt" a fost justificată de necesitatea de a da putere decizională sistemului politic, după o primă fază în care a primat principiul legitimităţii democratice (în concordanţă cu această transformare, consider că nu are doar o însemnătate simbolică faptul că, după 1996, este pentru prima dată când gruparea politică ce reprezintă interesele minorităţii maghiare este exclusă din coaliţia de guvernare, deşi şi-a manifestat disponibilitatea de a face parte din Executiv). Dacă sistemele proporţionale încearcă să reflecte într-un mod cât mai fidel diversele segmente sociale, să transpună ponderea lor în Legislativ, obiectivul sistemelor majoritare este de a permite apariţia unor majorităţi stabile şi deci a unor guverne puternice, având însă dezavantajul incapacităţii de reprezentare a acelui segment din electorat care a votat candidaţii sau partidele necâştigătoare în alegeri. Reuşita politică a unui sistem majoritar de vot este aceea de a forma un guvern monopartid, chiar dacă este bazat pe o pluralitate de voturi. Din acest punct de vedere, încercarea de a transforma mecanismul votului într-un instrument de guvernare, nu de reprezentare a avut o primă tentativă neconvingătoare. Coaliţia PD-L – PSD, deşi întruneşte o majoritate masivă (comparabilă cu a guvernării FSN din mandatul 1990-1992), este departe de a reprezenta o voinţă politică unică. Existenţa mai multor centre de decizie, scurtcircuitarea deciziilor Executivului de către Preşedinţie şi chiar de Legislativ prin Senat, descentralizarea puterii spre organizaţiile teritoriale puternice pot reprezenta tot atâtea sfidări pentru guvernare în perioada următoare.

Aşa cum a evidenţiat şi politologul italian Giovanni Sartori, sistemele electorale nu se deosebesc atât prin prisma dihotomiei majoritar/proporţional, cât prin „forţa" sau „slăbiciunea" lor de a influenţa opţiunile pentru formula de guvernare. De exemplu, în cadrul sistemelor proporţionale, considerate îndeobşte „slabe", pot rezulta formule de guvernare puternice, cum a fost cazul guvernului monocolor PSD în 2000-2004. Sistemul electoral proporţional din România avea deja

caracteristici mixte, deoarece se aplica în circumscripţii relativ mici ca număr de alegători (judeţele) şi exista un prag electoral de 5% care influenţa foarte mult procesul de conversie a voturilor în locuri în Parlament.

Schimbarea sistemului electoral a întrunit consensul opiniei publice, fiind un subiect impus pe agenda publică de către reprezentanţii societăţii civile şi preluat, nu fără dificultate, de către principalele partide. Rezultatul negocierilor şi compromisurilor a fost un sistem al cărui principal efect a fost reducerea numărului de partide parlamentare, fără a antrena modificări în raportul de forţe interpartinic (mai degrabă se poate vorbi despre o modificare a raportului de putere intrapartinic, prin creşterea ponderii organizaţiilor teritoriale în luarea deciziilor, trend care va continua şi în anii următori). Excluderea din Parlament a PRM şi ratarea pragului electoral de către PNG sunt efectele „votului util", ale modului în care electoratul acestor partide care erau creditate cu şanse de a depăşi pragul electoral a răspuns unui sistem electoral care premiază partidele mari.

Ceea ce susţinătorii acestei schimbări de sistem electoral au omis este faptul că nu modalitatea tehnică de transformare a voturilor în locuri parlamentare – pe „listă" sau uninominal – este mijlocul prin care un sistem politic poate deveni mai „virtuos", mai competent în selectarea elitelor sale politice. Sistemul electoral stabileşte doar regulile jocului. Variabilele importante ale unui sistem politic performant ţin însă de relaţia partidelor cu propriul electorat (în măsura în care acesta este configurat), de identitatea politică a partidelor în sensul de coerenţă între ideile asumate şi acţiunea politică a partidelor, de gradul de structurare a clivajelor sociale, de raportul de conflictualitate/cooperare între partidele politice şi forţele sociale. Eficacitatea noului sistem electoral se va putea măsura în perspectiva următoarelor cicluri electorale pe două paliere distincte:

1. la nivelul partidelor, prin opţiunile oferite pentru formarea unor coaliţii stabile, care să poată susţine un guvern pe întreaga durată a mandatului său;
2. la nivelul parlamentarilor aleşi, prin măsurarea gradului de *accountability* (Roberts, 1993) atât faţă de alegători, cât şi faţă de partidele pe care le reprezintă.

Deocamdată, primul test al acestui sistem electoral a dus la o altă premieră în politica românească: „marea coaliţie".

Experimentul „marii coaliţii"

Coaliţia de guvernare formată după alegerile din noiembrie 2008 reprezintă o premieră din mai multe puncte de vedere. Nu mă voi referi la argumentele jurnalistice vizând „refacerea FSN", nu le consider nici ca având o valoare de adevăr, nici relevante pentru subiectul pus în discuţie. Din punctul de vedere al polarizării politice, cele două partide, PD-L şi PSD, şi-au conturat profilul politic prin opoziţie unul cu altul, începând încă din campania electorală din 1992 (perioada FDSN – FSN, ulterior PDSR – PD) şi cele care au urmat. Antagonismul a fost reconfirmat şi prin cele două mutări radicale făcute de PD-L: trecerea în statutul partidului a interdicţiei unei alianţe cu PSD şi schimbarea afilierii internaţionale a partidului de la Internaţionala Socialistă la Partidul Popular European. Scena politică românească între 2003 şi 2008 a fost definită de acest conflict politic, ajuns la apogeu în momentul alegerilor prezidenţiale din 2004.

O „mare coaliţie" nu este doar o alianţă conjuncturală formată în vederea asigurării guvernării între principalele partide din spectrul politic, ci o regrupare între două blocuri ideologice pentru atingerea unui obiectiv strategic. Acesta a fost cazul cu marea coaliţie din Germania între creştin-democraţi şi social-democraţi în perioada 1966-1969 sau „marele compromis istoric" din Italia anilor '70 între Democraţia Creştină şi Partidul Comunist. Dar în formarea coaliţiei de guvernare PD-L – PSD nu a existat o miză strategică de importanţă naţională. Obiective cum ar fi aderarea la NATO, la Uniunea Europeană sau, în viitor, intrarea în zona euro, pot fi motive de coagulare a principalelor partide opozante pentru atingerea unui obiectiv ce necesită sacrificii în termeni electorali şi sociali. Motivul crizei economice mondiale, care ar solicita o formulă de guvernare reunind principalele două forţe politice româneşti, este un argument *post facto* găsit de conducerile celor două partide pentru a justifica decizia împărţirii puterii.

În ceea ce priveşte capacitatea de guvernare, coaliţia PD-L – PSD are două avantaje certe: majoritatea, confortabilă în Legislativ şi expertiza administrativă a PSD, combinată cu capacitatea de decizie a partidului prezidenţial PD-L. Din punct de vedere electoral însă, cele două partide se vor confrunta cu un dublu imperativ: pe de o parte, să-şi menţină electoratul, convingându-l de coerenţa activităţii la guvernare faţă de angajamentele luate în campania electorală, iar pe

de altă parte, să atragă un electorat nou, prin inițiative politice care să le individualizeze față de partenerul de coaliție. În același timp, nu pot să nu semnalez și conturarea unui handicap de imagine pentru cele două partide care au reușit să-și alieneze o parte din electorat, prin realizarea coaliției cu adversarul considerat în campania electorală a fi „natural". Dilema acestor partide va fi una de cooperare în vederea asigurării unei guvernări cât mai eficiente, dublată în același timp de încercarea de a câștiga alegători unul de la celălalt și mai ales de a atrage non-votanții.

După cum precizează Anthony Downs (1957, pp. 280-295), „partidele din coaliții se află sub presiunea a trei forțe : dorința de a-și apropia politicile, pentru a facilita acțiunea eficientă, dorința de a-și diferența politicile, pentru a extinde spectrul votanților care susțin coaliția, și dorința fiecăruia de a face una sau alta din cele prezentate mai sus, pentru a-și spori ponderea în coaliție". Totodată, autorul mai afirmă că partidele dintr-o coaliție își subsumează linia politică atitudinii electoratului coaliției : dacă acest electorat se concentrează în centrul spectrului politic al coaliției, atunci celelalte partide se vor deplasa spre centru ; în schimb, atunci când partidele simt că ar putea câștiga voturi distanțându-se de centru, ele vor încerca să se distingă unele față de altele.

Sunt greu de estimat în acest moment implicațiile politice ale funcționării coaliției PD-L – PSD. Ceea ce putem face este doar să schițăm câteva posibile scenarii privind evoluția acestei construcții politice :

a) Unul din cele două partide va încerca să-și maximizeze capitalul de imagine la guvernare, adoptând o poziție de forță și impunându-și propriile politici și decizii. Puterea unui partid față de celălalt se va putea măsura prin capacitatea de a schimba strategia politică a celuilalt partid, „parazitându-l" atât politic, cât și imagistic. Din acest punct de vedere, PD-L pare a fi partidul cu cel mai mare „potențial de șantaj", prin rolul hiperactiv asumat de președintele Traian Băsescu încă de la formarea acestei coaliții și prin asumarea funcției de prim-ministru de către Emil Boc.
b) Cele două partide, silite și de conjunctura economică, decid să coopereze, să respecte prevederile protocolului semnat. Este un scenariu puțin probabil, știut fiind faptul că o guvernare erodează, iar o guvernare de coaliție are nevoie de „țapi ispășitori" politici. Este un scenariu care presupune însă și riscul accentuării faliilor interne în cadrul fiecăruia dintre cele două partide.
c) Coaliția va avea o durată limitată de funcționare, nerezistând testelor campaniilor electorale pentru alegerile europene și mai ales pentru președinție.

d) Un calcul politic pe termen lung prin care cele două partide să prevadă posibilitatea continuării colaborării politice (într-o formă explicită sau implicită) și după orizontul de timp al actualului mandat parlamentar. Este un scenariu sofisticat, care ar solicita nu doar o coordonare pe plan guvernamental, ci și una politică. Pe plan politic, colaborarea ar putea merge până la simularea, punerea în scenă a divergențelor de poziții la guvernare, astfel încât fiecare partid să-și poată consolida baza electorală și chiar să atragă votanți din exterior (PD-L ar putea fi cel mai avantajat de un astfel de scenariu, putând astfel secționa din electoratul PNL).

Indiferent de scenariul în care va evolua acest experiment politic numit „Pactul pentru România", pentru alegătorul român, lecția alegerilor parlamentare din 2008 a fost aceea că între discursul de legitimare politică al partidelor în campania electorală și praxisul politic distanța este considerabilă. Mai mult, ambiguitatea programată a partidelor în campania electorală face foarte dificil de prevăzut, chiar și pentru observatorii avizați ai fenomenului politic, scenariul de evoluție postelectorală (deși au fost semne de apropiere între cele două partide, scoaterea din statutul PD-L a excluderii oricărei alianțe cu PSD, nuanțările făcute de președintele PSD față de PD-L și Traian Băsescu după eșecul acțiunii referendare de suspendare a președintelui, nu a existat nici o voce cu autoritate care să pună în dezbatere publică posibilitatea formării acestei coaliții). Este încă o dovadă, dacă mai era necesar, a dificultății exercitării votului în mod rațional, acel vot care nu se bazează doar pe afinități politice, ci și pe luarea în calcul a formulelor de guvernare postelectorale. Câți dintre alegătorii PD-L și PSD ar mai fi votat cu respectivele partide în condițiile în care ar fi putut anticipa formula coaliției de guvernare? Este o întrebare menită să rămână deschisă și căreia sondajele de opinie îi vor da un răspuns.

Posibile evoluții politice postelectorale

Orice încercare de aproximare a principalelor evoluții postelectorale nu poate porni decât de la cele două inovații majore produse în sistemul politic românesc: introducerea „votului uninominal" și realizarea „marii coaliții". Ambele procese vor antrena efecte pe termen scurt și lung în cadrul spectrului politic românesc.

Fără pretenţia de a anticipa sau epuiza consecinţele posibile ale acestor schimbări, voi încerca să mă refer la câteva dintre ele.

Statu-quo la nivelul conducerii partidelor. Paradoxal, rezultatul alegerilor parlamentare oferă celor trei partide principale din arcul parlamentar (PD-L, PSD, PNL) argumente pentru revendicarea obţinerii unui scor bun în alegeri. PD-L a obţinut o victorie *a la Pyrrhus*, dar rămâne o victorie, în ciuda reducerii substanţiale şi continue a decalajului care îl separa de PSD în sondajele preelectorale începând cu 2006. Conducerea PSD se poate prevala de faptul că a readus partidul la guvernare, aşa cum s-a angajat Mircea Geoană încă de la preluarea conducerii partidului în 2005. Rezultatul electoral obţinut de PNL este unul care a depăşit estimările de vot măsurate în sondajele de opinie, un procent care plasează liberalii într-o poziţie în care pot oricând să arbitreze şi/sau să speculeze disensiunile apărute între principalele două partide. Deşi se profilează deja anumite clarificări interne în PSD şi PNL, nu este probabil ca ele să antreneze schimbări la vârf şi/sau modificări de linie politică. Imobilismul de la nivel de conducere va însemna şi un imobilism în ceea ce priveşte componenta organizatorică şi de program politic. Menţinerea liderilor este rezultatul unui echilibru de forţe la nivelul grupurilor cu influenţă din cadrul acestor partide (cu excepţia PD-L, aşa cum voi încerca să detaliez la sfârşitul acestei secţiuni), echilibru care se va perpetua şi în prima parte a mandatului noului Parlament până în momentul alegerilor prezidenţiale, când se poate asista la o reaşezare politică la nivelul unor partide.

Regionalizarea politică. Noul sistem electoral va accentua un fenomen deja în desfăşurare, regionalizarea voturilor. Discrepanţele mari între regiuni-judeţe în voturile acordate celor trei partide „haşurează" deja pe hartă fiefuri electorale, zone în care un partid controlează structurile administraţiei locale, având rezultate pozitive după două, uneori chiar trei cicluri electorale atât la nivelul alegerilor parlamentare, cât şi al celor locale, datorită abilităţii unor lideri locali şi/sau unei reţele clientelare bine puse la punct. La fel ca în sistemele democratice din Europa şi SUA, începe să se facă simţit şi în România efectul de *incumbency*[1], un

1. *Incumbency* desemnează o situaţie în care deţinătorul unei funcţii politice intră în competiţia electorală deţinând un set de avantaje faţă de competitorii săi, în special notorietate, accesul la gestionarea resurselor pe plan local, implicit posibilitatea unei finanţări mai substanţiale a propriei campanii electorale.

mecanism de autoconservare, de perpetuare a structurilor de putere la nivel local. Tot mai mult, forţa unui partid în România nu se va mai măsura în atragerea unei părţi din electoratul fluctuant, ci în proliferarea unor asemenea centre de putere la nivel local, furnizoare de mobilizare electorală şi, în ultimă instanţă, de voturi.

Experimentul „marii coaliţii" eliberează spaţiul politic. Regruparea principalelor două partide într-o coaliţie de guvernare anihilează artificial polarizarea spectrului politic. Conflictul politic se mută astfel fie în raportul dintre forţele politice şi cele sociale, fie se creează culoare electorale favorabile pentru apariţia unor partide aflate la extremele forţelor din coaliţie sau prin scindarea partidelor mari. După realizarea marii coaliţii din Germania între creştin-democraţi şi social-democraţi, toate sondajele de opinie înregistrează avansul partidului de stânga „Die Linke" (o alianţă între excomuniştii din fosta Germanie Democrată şi o facţiune de stânga desprinsă din PSD, condusă de Oskar Lafontaine). În cazul României, există un spaţiu foarte mare rămas „în afara" PSD. România este una dintre puţinele ţări din Europa (alături de Polonia şi Marea Britanie) în care zona de stânga şi centru-stânga este slab reprezentată la nivel politic. Pe partea dreaptă a spectrului politic, PNL ar putea „absorbi" o parte din electoratul democrat-liberal dezamăgit fie de alianţa PD-L – PSD, fie de prestaţia la guvernare a PD-L.

Regândirea cadrului constituţional. Conflictele politice din ultimii ani, deşi personalizate prin protagoniştii politici care le-au iniţiat şi perpetuat, au pus în discuţie rolul şi raporturile dintre principalele instituţii ale statului. În eventualitatea în care Traian Băsescu va câştiga un al doilea mandat de preşedinte, prioritatea sa va fi deschiderea „şantierului" modificării Constituţiei. Filosofia care va sta la baza iniţiativei sale va fi cea de sporire a puterii decizionale a Preşedintelui în raport cu Executivul şi Legislativul. Modificările constituţionale ar putea viza şi procesul de descentralizare, trecerea la nivel local a responsabilităţii gestionării principalelor servicii publice, împreună cu instrumentele care să permită finanţarea lor, în special prin creşterea ponderii impozitelor rămase la nivel local din totalul contribuţiilor la stat. Deşi este o iniţiativă a PD-L, ea ar putea întruni sprijinul organizaţiilor teritoriale a celorlalte partide.

PD-L şi tentaţia unui gaullism[1] *autohton.* Încă de la înfiinţarea sa, prin desprinderea de FSN, PD, ulterior PD-L, a avut caracterul unui partid construit

1. Printre trăsăturile gaullismului, Anton Carpinschi enumeră şi temele : restructurarea constituţională a statului şi creşterea rolului puterii prezidenţiale, democraţia directă plebiscitară şi supremaţia majorităţii.

de sus în jos, o structură menită să transmită şi să aplice într-un mod cât mai eficient şi rapid deciziile liderului său. Această caracteristică a partidului (una de „stare sub asediu", explicabilă după ruptura de PDSR şi strângerea rândurilor pentru a rezista la presiunile externe) nu a fost modificată în datele sale esenţiale după „paricidul" în urma căruia liderul fondator Petre Roman a fost înlocuit cu Traian Băsescu. Principala schimbare impusă de Traian Băsescu a fost un control mai autoritar la nivelul organizaţiilor partidului. Modul ierarhic de organizare a PD-L, centrat pe figura liderului, poate oferi indicii şi despre evoluţia acestui partid în perioada imediat următoare. Logica politică îl va obliga pe Traian Băsescu, nevoit să revină în PD-L, să caute o strategie prin care liderul politic domină liderul administrativ, fie el preşedinte sau prim-ministru. Linia politică dictată de la vârful partidului se transmite în mod nemijlocit la toate nivelurile partidului. Avantajul structurării ierarhice se concretizează în rapiditatea luării deciziilor şi evitarea disensiunilor şi a fracţionalizării partidului pe diverse teme. În PD-L, plecările, când au loc, se înregistrează pe un întreg palier de putere (cum a fost cazul după preluarea conducerii partidului de către Traian Băsescu prin eliminarea întregii garnituri de la nivelul doi de conducere al partidului şi înlocuirea ei cu alta, fidelă noului lider). Evoluţia PD-L în următoarea perioadă, până la noul ciclu electoral, va depinde de realegerea preşedintelui Traian Băsescu şi de eventuala opţiune a acestuia pentru conţinutul unui al doilea mandat, fie unul focalizat pe maximizarea imaginii sale de lider politic definit prin raportul conflictual cu clasa politică, fie unul abordat prin prisma „omului de stat" şi dedicat modificărilor constituţionale şi descentralizării.

PSD în dilema prizonierului. Intrarea la guvernare a însemnat pentru conducerea PSD respectarea mandatului cu care a fost învestită la congresul din 2005. Pe termen scurt, este un succes, dar, dacă perspectiva este extinsă, evaluarea opţiunilor strategice ale PSD se nuanţează. Pe de o parte, este prima dată când, după o perioadă de patru ani în opoziţie, PSD nu reuşeşte să câştige alegerile. La nivel teritorial, PSD rămâne cel mai puternic partid din România din punctul de vedere al controlului asupra administraţiei publice locale. Însă capacitatea sa de mobilizare a electoratului propriu a scăzut considerabil (mai ales pe plan rural, fiind prima dată când PSD obţine mai multe voturi la nivel urban decât rural), PSD fiind principalul perdant al ratei foarte mari de absenteism înregistrată la alegerile din noiembrie 2008. Realizarea coaliţiei de guvernare cu PD-L sileşte PSD la identificarea unor posibile soluţii de prezervare a identităţii sale politice, în condiţiile în care PD-L va avea iniţiativa politică prin Preşedinţie şi Primul-ministru.

Ca într-un exemplu clasic de teorie a jocurilor, „dilema prizonierului", ambii parteneri de guvernare îşi vor calcula permanent mutările, încercând să anticipeze mişcările celuilalt. Opţiunile strategice ale PSD sunt fie menţinerea cu orice preţ a coaliţiei pe durata întregului mandat de guvernare, fie preluarea iniţiativei şi decizia de ruptură faţă de PD-L, având ca rezultat formarea unei noi majorităţi parlamentare sau retragerea în opoziţie. Anul 2009 este foarte important pentru PSD, mai ales în perspectiva alegerilor prezidenţiale. Modul în care PSD va fi capabil să joace inteligent, maximizându-şi câştigurile într-un proces ambivalent de colaborare cu PD-L la guvernare, dar şi de delimitare, în vederea capitalizării politice, va determina viitorul său politic. Mircea Geoană se află şi el la un al doilea test important privind confirmarea profilului său de lider politic. După atingerea obiectivului accederii la guvernare, solicitare venită mai ales din partea organizaţiilor teritoriale, Mircea Geoană trebuie acum să caute o nouă strategie politică atât pentru PSD, cât şi pentru evoluţia sa politică. Din conducătorul politic ce a reuşit să se impună şi să se menţină prin echilibrul realizat între grupurile de influenţă din interiorul PSD, Mircea Geoană trebuie să facă un salt calitativ în postura unui lider dotat cu viziune politică în stare să direcţioneze PSD spre următorul său obiectiv strategic (care încă trebuie definit). Dificultatea principală va consta în faptul că PSD va fi cantonat într-o poziţie reactivă, fiind obligat să răspundă şi să se poziţioneze în funcţie de mişcările partenerului de coaliţie.

Ambiguităţile liberale. Rezultatul electoral obţinut de PNL este cea mai bună performanţă liberală în alegerile desfăşurate din 1990 până în prezent, fie că este vorba doar despre PNL sau despre cumularea rezultatelor tuturor grupărilor de factură liberală. Conjunctura oferită de rata foarte scăzută a participării la vot şi posibilităţile de mobilizare de care dispune orice partid aflat la guvernare au constituit indubitabil un avantaj pentru PNL. Rămâne o întrebare deschisă : de ce partidul nu a putut fructifica rezultatul electoral, încercând să consolideze poziţia de „partid-balama" între PD-L şi PSD în vederea maximizării câştigurilor postelectorale ? O posibilă explicaţie se poate extrage din observarea structurii organizatorice a partidului. La fel ca PD-L, şi PNL este un partid centralizat, nucleul decizional fiind constituit de un grup restrâns de persoane. Deosebirea constă în faptul că, în timp ce PD-L are o structură de tip piramidal, începând cu personalitatea conducătorului politic, PNL este structurat în cercuri concentrice în jurul nucleului decizional al partidului. Această formă „concentrică" de organizare poate fi o variabilă explicativă pentru ieşirea PNL din scenariul postelectoral de formare a

coaliţiei de guvernare. Ruptura ireductibilă între grupul Tăriceanu şi conducerea PD-L a „reverberat" ulterior în celelalte cercuri din PNL, anulând potenţialul de coaliţie al PNL. Dacă echipa Tăriceanu poate revendica acest rezultat istoric al PNL în alegeri, decizia unilaterală impusă partidului de a renunţa la „jocul la două capete" în negocierile postelectorale au creat nemulţumiri la nivelul celorlalte cercuri de putere ale PNL. Nivelurile exterioare ale cercului, persoanele influente din administraţie, racolate pentru a fi numite în posturi-cheie după momentul scoaterii PD-L de la guvernare, precum şi membrii PNL din organizaţiile teritoriale sunt şi cele mai expuse unor posibile mişcări centrifuge, de desprindere a cercurilor externe ale partidului şi alipirea lor la alte partide.

PNL nu mai are alte opţiuni strategice decât să speculeze o eventuală ruptură a coaliţiei PD-L – PSD în vederea formării unei noi majorităţi. Elementul-cheie este Călin Popescu Tăriceanu şi menţinerea sau eliminarea lui la următorul congres al liberalilor. Menţinerea lui Popescu Tăriceanu este un element strategic pentru PSD, la fel cum eliminarea sa este un obiectiv pentru PD-L. Însă, pentru liberali, anul electoral 2009 ar putea însemna o „vale a plângerii" în privinţa menţinerii intacte a organizaţiilor teritoriale şi a evitării unei hemoragii de parlamentari şi conducători locali. Eventualitatea tot mai probabilă a organizării unui congres extraordinar poate fi ocazia PNL de a transmite câteva semnale politice către PD-L şi PSD, inclusiv realizarea unei replieri tactice în perspectiva momentului politic ulterior alegerilor prezidenţiale de la sfârşitul anului 2009.

Bibliografie

Bauman, Zygmunt. 2005. *Liquid Life*. Londra: Polity Press.

Bernard, Serge. 1983. *Sociologie politique interne*. Bruxelles: Presse Universitaire de Belgique.

Blondel, Jean. 1978. *Political Parties: A Genuin Case for Discontent*. Londra: Wildwood House.

Bobbio, Norberto. 1999. *Dreapta şi Stânga*. Bucureşti: Humanitas.

Braud, Phillipe. 1995. *Grădina deliciilor democraţiei*. Bucureşti: Globus.

Budge, I., H. Keman. 1990. *Parties and Democracy. Coalition formation and government functioning în Twenty States*. SUA: Oxford University Press.

Campbell, Angus, Gerald Gurin, Warren E. Miller. 1954. *The voter decides*. Evanston: Row Peterson.

Carpinschi, Anton. 1995. *Deschidere şi sens în gândirea politică*. Iaşi: Institutul European.

Chiaramonte, Alessandro. 2005. *Tra maggioritario e proporzionale*. Bologna : Il Mulino.
Downs, Anthony. 1957. *An Economic Theory of Democracy*, New York : Harper&Brothers.
Duhamel, O. 1993. *Les Democraties*. Paris : Presse Universitaire de France.
Duverger, Maurice. 1973. *Les partis politiques*. Paris : Armand Colin.
Epstein, L.D. 1967. *Political Parties în Western Democracies*. New York : Frederich A. Praeger Publishers.
Harmel, R., K. Janda. 1982. *Parties and their environments. Limits to reform ?* New York : Longman.
Inglehart, R. 1977. *The Silent Revolution : Changing Values and Political Styles among Western Publics*. New Jersey : Princeton University Press.
LaPalombara, J., M. Weiner. 1972. *Political Parties and Political Development*. New Jersey : Princeton University Press.
Lawson, K. 1988. *When Parties Fail. Emerging Alternative Organizations.* New Jersey : Princeton University Press.
Lipset, Martin S. 1981. *Political Man. The Social Bases of Politics.* Baltimore : The John Hopkins University Press.
Meny, Y. 1989. *Politique comparée*. Paris : Montchrestien.
Przeworski, A. 1996. *Democrația și economia de piață*, București : All.
Roberts, David. 1993. *Dictionary of Politics*. Londra : Penguin Books.
Merkl, P. 1988. *When Parties Fail*, New Jersey : Princeton University Press.
Sartori, Giovanni. 1976. *Parties and Party Systems : A Framework for Analysis.* Cambridge : University Press.
Seiler, D.-L. 2000. *Partidele politice din Europa*. Iași : Institutul European.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Proiecţii electorale pentru 2009[1]

Iosif Boda

Despre condiţia prognozelor în spaţiul public

Într-o epocă dominată de schimbări accelerate şi spectaculoase, oamenii resimt mai acut nevoia de a construi scenarii care să le dea siguranţă în viitorul apropiat. Prognozele sunt cu atât mai necesare în domeniul politic, unde atât partidele şi oamenii politici, cât şi instituţiile îşi orientează comportamentele şi acţiunile pornind de la anumite anticipări privind stările viitoare ale sistemului social şi politic. În toate culturile şi epocile istorice au existat constructori de utopii, oameni animaţi de idealuri, profeţi sau vizionari. Mai întâi religiile, apoi ştiinţa au pretins mereu că pot anticipa viitorul pe baza trecutului şi a prezentului. Încercările de a anticipa viitorul sunt demersuri fireşti ale omului. Dar în spaţiul politic prognozele sunt oarecum obligatorii. Actorii spaţiului politic, în primul rând guvernanţii – asupra cărora apasă responsabilitatea pentru deciziile pe care le iau, întrucât acestea au efecte macrosociale –, dar şi partidele din opoziţie, îşi proiectează acţiunile şi atitudinile raportându-se concomitent la două planuri de referinţă: la stările de fapt din prezent şi la situaţiile posibile de mâine, care se vor cristaliza şi ca un rezultat cumulativ al schimbărilor pe care le-au provocat deciziile politice din prezent.

Subliniez în mod apăsat această specificitate a acţiunii politice şi a sistemului politic democratic. Omul politic este constrâns să lucreze permanent cu diagnoze

1. Estimările şi proiecţiile cuprinse în prezentul capitol au fost făcute în decembrie 2008.

BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

şi cu prognoze, orientându-şi eforturile pentru a înţelege datele prezentului şi a prevedea evoluţiile care se conturează, cel puţin în linii mari. Mai mult, putem spune că performanţele unui sistem politic sunt dependente de capacitatea actorilor săi de a anticipa stările şi procesele viitoare ale societăţii, pentru a nu fi surprinşi nepregătiţi în faţa unor evenimente care puteau fi prevăzute. O lecţie pe care ar trebui să o înveţe toţi oamenii politici dintr-un sistem democratic este aceea că ei vor fi apreciaţi şi judecaţi de electorat, la următoarele alegeri, în funcţie de consecinţele pe care le au acţiunile lor, nu în funcţie de intenţiile declarate.

Aceeaşi perspectivă ar trebui să fie utilizată şi de analiştii politicii în prognozele pe care le fac. Sistemul politic este nivelul supraordonator şi integrator al unei societăţi, iar schimbările şi reformele din acest plan, deşi nu sunt niciodată arbitrare, depind în mai mare măsură de comportamentul şi voinţa actorilor politici. Iar voinţa politică a decidenţilor se poate schimba în funcţie de contexte, fiind uneori imprevizibilă. Astfel, şi prognozele politice, în special cele pe termen scurt, au un grad mai redus de certitudine sau pot fi contrazise de evoluţiile politice. Dacă principiul de evidenţă imediată că viitorul se naşte din prezent are valabilitate universală, pentru toate registrele realităţii, în domeniul politic trebuie să ţinem cont de o multitudine de factori, care interacţionează şi pot duce la combinaţii surprinzătoare, dar în primul rând de schimbările ce pot interveni în interesele şi opţiunile actorilor politici. Cei care fac prognoze electorale trebuie să cunoască bine realităţile politice dintr-un anumit moment, potenţialul de care dispun partidele şi poziţionarea lor în câmpurile de forţă ale spaţiului politic, dar mai ales tendinţele ce se observă la nivelul electoratului.

O altă condiţie pe care trebuie să o respecte un analist politic este să-şi pună „în paranteze" simpatiile politice şi să se raporteze raţional, nu emoţional, la actorii politici şi la realităţile politice. Analistul se sprijină pe date furnizate de sondaje privind evoluţia opţiunilor politice ale electoratului şi a încrederii în lideri, pe evaluările specialiştilor în domeniul economic, pe analiza efectelor sociale pe care le au deciziile guvernanţilor, dar şi pe „imaginaţia" sa sociologică, pe capacitatea de a descifra „semnele vremii" şi de a întrevedea direcţiile posibile de evoluţie.

În ce mă priveşte, în calitate de spectator şi analist al scenei politice, în formularea unor proiecţii politice şi electorale am urmat şi voi urma câteva principii. Primul este cel enunţat deja, şi anume că soarta actorilor politici (lideri, partide) depinde mai mult de rezultatele acţiunii lor politice decât de convingerile şi intenţiile lor. Este un principiu pragmatic pe care l-am învăţat de

la Max Weber. Cred că avem şanse mai mari de a fi confirmaţi de realităţi în predicţiile politice pe care le facem dacă ne orientăm după etica responsabilităţii decât după etica convingerilor. Intenţiile şi convingerile nobile au adesea valoare în sine, este drept, dar, în plan politic, ele depind de mijloacele practice de a le realiza. Să nu uităm că şi în cadrul unui sistem democratic aprecierile şi opţiunile electoratului nu sunt orientate de principii abstracte, ci sunt condiţionate de o mulţime de factori care ţin de registrul vieţii practice.

În prelungirea acestei perspective, am ajuns la un al doilea principiu pe care l-am avut mereu în vedere. El poate fi formulat în felul următor : comportamentul electoratului este mai previzibil decât comportamentul liderilor politici. În spatele partidelor semnificative se află un electorat relativ stabil, care nu-şi schimbă opţiunile de la o zi la alta. Există şi excepţii, dar, în prognozele electorale, eşti obligat să ţii cont de compoziţia şi evoluţiile electoratului, de programele şi agenda partidelor, de curentele dominante şi tendinţele opiniei publice. Oscilaţiile de imagine ale unor lideri ai partidelor sunt şi ele un indicator relevant, pentru că, se ştie, la noi partidele sunt încă puternic personalizate, dar este un indicator care trebuie corelat cu alţi factori. Pentru a şti încotro se mişcă electoratul, trebuie să cunoşti problemele majore cu care se confruntă societatea şi structurile economice, sociale, culturale şi politice. Este trist faptul că jurnaliştii şi analiştii politici din media operează adesea cu o imagine prefabricată, convenţională şi vagă asupra electoratului. Numai cercetările sociale făcute cu profesionalism de institute de specialitate ne pot furniza o imagine adecvată privind compoziţia şi arhitectura internă, multistratificată, a electoratului, precum şi schimbările sale lente, treptate şi nespectaculoase, care exprimă, de fapt, tendinţele de fond ale societăţii.

Coaliţia PD-L – PSD: „visul" preşedintelui Traian Băsescu ?

Prognozele se întemeiază pe cunoaşterea stărilor actuale sau, altfel spus, pe „definiţia" pe care o construim în legătură cu prezentul. Ca să putem prevedea cum vor arăta viitoarele confruntări electorale trebuie să pornim de la o interpretare corectă a modului în care s-a format actuala coaliţie de guvernare PD-L – PSD după alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2008. Adevărul este că prin asocierea celor două mari partide rivale, care s-au atacat permanent de-a lungul

anilor, scena politică românească a cunoscut o răsturnare de proporţii, pe care puţini analişti au anticipat-o. Oricum, ea nu fost luată în calcul decât ca o variantă „teoretică", de lucru, într-un joc al probabilităţilor. Deşi aflăm acum, *post festum*, că la această variantă „s-a lucrat" cam de doi ani, timp în care o altă grupare din PSD „a lucrat" la o posibilă coaliţie PSD, PNL şi UDMR, care ar fi dus la izolarea PD-L şi l-ar fi pus pe preşedintele Băsescu într-o situaţie fără ieşire. Cum-necum, această din urmă variantă nu s-a concretizat şi, prin mişcări de tatonare şi prin combinaţii subtile, conduse din umbră, domnul Băsescu a reuşit să dea o lovitură de teatru, realizând cel mai puternic guvern de după revoluţie (cel puţin dacă luăm în calcul ponderea parlamentară a celor două partide), guvern ieşit dintr-un „compromis politic care nu compromite", cum a spus domnia sa.

În fapt, dacă privim lucrurile din altă perspectivă, a fost vorba de o alternanţă la guvernare, aşa cum s-a produs în România din patru în patru ani, începând cu scrutinul din 1996. Atunci de unde surpriza şi blamarea zgomotoasă a actualei coaliţii dintre PD-L şi PSD ? La ceremonia de investire a noului guvern, preşedintele a declarat : „Guvernul este rezultatul unui compromis politic în interes public şi trebuie să menţionez că îmi văd visul cu ochii, adică un guvern transparent susţinut de Parlament, un guvern asumat de o majoritate parlamentară, şi doresc să mulţumesc ambelor partide că au fost capabile să realizeze compromisul în interes public".

Declaraţia Preşedintelui cum că astfel şi-a „văzut visul cu ochii" a fost receptată cu stupoare de mulţi susţinători ai domniei sale. Însă cel mai important mesaj pe care l-a transmis cu acest prilej, şi care are o semnificaţie mai largă, este afirmaţia că alcătuirea acestui guvern, de mare coaliţie, a fost posibilă după „epuizarea resurselor de dispută" dintre PD şi PSD din '92 până acum. Este o recunoaştere implicită a faptului că, după 16 ani de dispute între cele două aripi ale vechiului FSN, asistăm la o reconciliere a lor. Spre dezamăgirea unor analişti înverşunaţi din media, care se aşteptau la o reunificare a dreptei (Alianţa DA) sub o motivaţie ideologică, domnul Băsescu a realizat o combinaţie neverosimilă între un partid de dreapta şi unul de stânga sub o motivaţie pragmatică, transideologică, invocând argumente ce ţin de interesul naţional (necesitatea de a avea un guvern puternic într-o perioadă de criză).

Desigur, această soluţie are şi unele motivaţii politice mai practice (împărţirea puterii între cele două partide care au obţinut procente egale în alegeri), dar şi efecte importante în plan electoral, care sunt favorabile domnului Băsescu :

neutralizarea sau chiar scoaterea PSD din competiţia pentru alegerile prezidenţiale. Este posibil ca domnul Băsescu să fi avut în vedere acest efect electoral când a girat actuala coaliţie. Dar acest interes al preşedintelui s-a întâlnit cu un calcul la fel de pragmatic al strategilor din PSD. Ei au conştientizat, în mod realist, că nu au deocamdată un competitor care să câştige în bătălia cu Traian Băsescu. În consecinţă, liderii PSD au considerat (şi au decis prin vot, într-un organism de conducere al partidului) că este mai bine să intre la guvernare alături de PD-L decât să mizeze pe o victorie incertă în alegerile prezidenţiale. Mai mult, ei au înţeles, sub presiunea liderilor din teritoriu, că sursele reale ale puterii se află în structurile guvernului, nu în mâna preşedintelui.

Din aceste silogisme şi consideraţii putem trage o concluzie : logica pragmatică a avut câştig de cauză şi a învins în competiţie cu logica ideologică. Vremea marilor confruntări electorale, politice şi ideologice din anii '90 a trecut. Ele au avut un rol important în perioada de tranziţie şi în procesul de restructurare a sistemului politic din România după Revoluţia anticomunistă. Suntem într-o altă epocă. De aceea, eu interpretez într-un alt registru declaraţia preşedintelui că „s-au epuizat" temele de dispută dintre partide. Este vorba de faptul, confirmat şi de schimbările care au loc în mediul politic din ţările Uniunii Europene şi din alte părţi ale lumii, că asistăm la dizolvarea treptată a antagonismelor ideologice la nivelul electoratului şi al clasei politice şi la o deplasare lentă a guvernărilor spre zona soluţiilor pragmatice. De aceea, nici confruntările electorale nu ne mai oferă spectacolul unor dezbateri încrâncenate, aşa cum am fost obişnuiţi. Această nouă situaţie nu este însă convenabilă sistemului mediatic, care funcţionează după o altă logică şi este interesat să resusciteze conflictele dintre actorii politici, chiar să le inventeze, pentru că, „în timp de pace", nu are evenimente şi teme atractive.

Momente electorale în anul 2009

Scena politică românească va fi marcată în anul 2009 de două evenimente electorale : alegerile europarlamentare din iunie şi alegerile prezidenţiale din toamnă (probabil în noiembrie sau decembrie). Ele au dimensiuni, problematici şi mize diferite. Modul în care se vor distribui opţiunile electorale între partide şi candidaţi va depinde de o serie de factori variabili, unii mai uşor, alţii mai greu de anticipat. Importante sunt însă interacţiunea şi combinaţia lor, aranjamentul în care se vor afla aceşti factori în momentele electorale respective, altfel spus, cum

va arăta paralelogramul forţelor politice în perioada în care electoratul va fi chemat la urne.

Printre factorii cei mai importanţi care vor influenţa opţiunile electoratului putem menţiona:

1. *Modul în care va funcţiona noua coaliţie de guvernare PD-L – PSD.* Construită în pripă, sub presiunea crizei, noua alianţă de guvernare a surprins multă lume, inclusiv electoratul activ al celor două partide. Este de aşteptat totuşi ca diferenţele ideologice dintre acestea să conteze mai puţin în actul guvernării şi să asistăm la o solidaritate între membrii executivului. Deşi se va menţine o competiţie „surdă" între cele două partide, este posibil ca alianţa lor să funcţioneze fără mari sincope, având o majoritate importantă în Parlament, astfel că există şanse ca ele să-şi conserve electoratul. Alegerile europarlamentare nu vor dezbina cele două partide, dar momentul critic pentru alianţă va fi campania pentru alegerile prezidenţiale, asupra căreia voi reveni.

Dar vulnerabilităţile acestui guvern ţin chiar de modul lui de alcătuire: a) căutarea unui echilibru de putere (paritate) perfect, ceea ce este imposibil, având în vedere că funcţia de prim-ministru atârnă decisiv; b) complicarea structurii guvernamentale, prin înfiinţarea funcţiei de viceprim-ministru şi a unor ministere noi; c) prioritatea acordată greutăţii electorale a organizaţiilor judeţene; d) tragerea la sorţi a ministerelor. În loc să se vadă ce oameni capabili au cele două partide pentru diverse posturi în executiv, s-a mers prea departe cu importanţa acordată rezultatelor obţinute în alegeri pentru desemnarea miniştrilor şi a secretarilor de stat.

2. *Efectele sociale ale măsurilor pe care le va lua Guvernul Emil Boc pentru a atenua consecinţele crizei economice.* Strategiile de gestionare a crizei economice şi politicile publice pe care le vor aplica guvernanţii în această direcţie vor avea efecte sociale multiple, care se vor răsfrânge în mod diferenţiat asupra unor categorii sociale şi profesionale. Succesul sau eşecul acestor strategii va cântări greu în opţiunile electorale viitoare. Aici se află punctul nevralgic, factorul care va avea cel mai important impact electoral în perspectiva alegerilor care urmează. În această conjunctură, este posibil ca între partenerii de guvernare să apară tensiuni şi neînţelegeri majore, care vor trebui gestionate de liderii şi echipele de la vârful celor două partide. Guvernul Emil Boc va invoca mereu criza ca pe un „scut" pentru a justifica măsurile nepopulare, dar nu putem şti deocamdată care va fi magnitudinea impactului lor social şi cum se vor distribui costurile crizei asupra diverselor categorii sociale. Creşterile salariale promise de ambele partide

nu vor putea fi satisfăcute, cel puţin la nivelul preconizat iniţial, iar presiunile sindicale vor fi în creştere, mai ales în primul an.

În aceste condiţii, trebuie să luăm în calcul diferenţele socioprofesionale, de vârstă şi de venit dintre electoratul PD-L şi cel al PSD. Pentru a ajunge la guvernare, PSD a cedat deja la multe capitole din programul său. Mă refer la acordul de a păstra cota unică de impozitare, de 16%, renunţând la ideea unei impozitări progresive, care ar fi fost în favoarea electoratului său. Reacţiile la ordonanţa prin care este interzis cumulul dintre salarii şi pensii ne arată că, în anumite zone (învăţământ), electoratul PSD este cel mai afectat, iar în altele (armată, interne, justiţie, mediul artistic), electoratul PD-L. Măsura a fost însă aplaudată de cei care lucrează în sistemul privat şi de categoriile de vârstă care votează cu precădere pentru PD-L şi PNL.

Oricum, dezbaterea în jurul acestei măsuri a scos la iveală anomaliile şi inegalităţile acumulate în perioada de tranziţie, de la un guvern la altul, în sistemul bugetar de salarizare şi în sistemul de pensii, care a ajuns să fie „divizat" în sisteme paralele, cu legi speciale. Este greu de crezut că guvernul Boc va reuşi să promoveze o lege unică de salarizare a bugetarilor şi o legislaţie unitară a pensiilor, anulând privilegiile legiferate anterior, deşi ar putea să mobilizeze majoritatea de care dispune în Parlament pentru a susţine aceste legi. Ce efecte electorale ar avea aceste măsuri? Iată o temă care ar trebui cercetată.

3. *Atitudinea sistemului mediatic faţă de guvernul Boc*. Presa, jurnaliştii şi analiştii din mass-media au condamnat vehement coaliţia de guvernare, girată de preşedintele Băsescu, pe care au numit-o în fel şi chip: coaliţie „monstruoasă", „contra naturii", imorală, cinică etc. Iar primele măsuri luate de guvernul Boc au fost întâmpinate cu un val de critici şi cu acuzaţii de populism şi neprofesionalism. În condiţiile în care şi presa este afectată de criză şi are nevoie de subiecte pe care să le exploateze (şi le va găsi din belşug), jurnaliştii vor diseca şi vor întoarce pe toate feţele orice gest din zona guvernamentală. Întrucât PNL şi UDMR au o pondere redusă în Parlament, presa va prelua în bună parte rolul opoziţiei, iar tonul critic din media nu se va atenua. Mai ales că, după cum se constată din comportamentul lor de până acum, guvernanţii nu au înţeles încă importanţa unei comunicării profesioniste cu presa şi cu populaţia.

Mai mult decât alte guvernări, cea actuală va trebui să lucreze permanent sub tirul critic al sistemului mediatic. Totuşi, în contrast cu atitudinea presei, populaţia va acorda o perioadă de graţie guvernului, iar până la alegerile europarlamentare timpul este prea scurt ca să ne aşteptăm la o erodare semnificativă a imaginii

celor două partide. Dar în toamnă, când se vor declanşa alegerile prezidenţiale, domnul Băsescu ar putea avea dificultăţi serioase dacă se va confrunta cu o atitudine ostilă din partea presei. Domnia sa va fi pus în situaţia inconfortabilă de „a deconta" eventualele neîmpliniri sau eşecuri ale guvernului, pentru că a patronat geneza acestuia, iar capitalul de imagine pe care l-a acumulat până acum s-ar putea să nu fie suficient pentru a obţine al doilea mandat.

4. *Schimbări în conducerea partidelor şi repoziţionarea unor grupuri din interiorul acestora în raport cu noul context.* Alegerile uninominale din 30 noiembrie 2008 au avut şi un efect surprinzător, mai puţin anticipat. Este vorba de o redistribuire a puterii în interiorul partidelor. Filialele din teritoriu au dobândit o putere sporită, iar conducerile de la centru şi-au pierdut din puterea de decizie pe care o aveau până acum. Unii analişti au vorbit de restauraţia puterii pe care o aveau „baronii locali" în perioada guvernării PSD, alţii de o „refeudalizare" a spaţiului politic românesc. În principiu, ambele interpretări sunt corecte. Este momentul să depăşim reprezentările idilice şi naive despre democraţie. Forţa reală a unui partid se sprijină pe susţinerea de care beneficiază din partea electoratului şi a organizaţiilor din teritoriu. E o axiomă pe care am conştientizat-o abia după ce am analizat rezultatele scrutinului uninominal.

În aceste condiţii, partidele sunt puse în situaţia de a gestiona şi echilibra raportul dintre centru şi teritoriu. Conducerile centrale sunt angajate faţă de mizele politice mari, cum ar fi identitatea ideologică a partidelor în cauză sau direcţiile în care îşi vor orienta politicile publice, pe când organizaţiile locale, controlate de grupurile de interese economice, au dobândit puteri considerabile, fapt confirmat de numirea unor personaje controversate în funcţii guvernamentale, personaje care provin din clientela celor două partide. Dar, oricât de multă deschidere am avea pentru democraţia internă de partid, deciziile strategice nu pot fi transferate bazei, adică organizaţiilor locale şi judeţene, controlate conjunctural de „baroni" controversaţi şi cu o imagine adesea compromisă. Aceste competenţe aparţin, în mod firesc, organelor de conducere ale partidelor, care au fost alese în mod democratic şi au fost investite cu prerogative şi atribuţii în luarea deciziilor strategice. Aceste structuri au o misiune similară funcţiilor pe care le avea statul-major în confruntările militare, şi anume de a proiecta strategiile şi acţiunile de luptă şi de a decide, în funcţie de situaţiile variabile de pe front, dacă este preferabil să ataci sau să te retragi.

PD-L este un partid stabil şi nu va suferi schimbări în perioada cât va fi la guvernare. În schimb, PSD va fi măcinat de tensiuni între grupurile sale rivale şi

este posibil să aibă loc reaşezări de forţe în interiorul său. Adevărul este că, în actuala situaţie, PSD nu mai are adversar, pentru că în cei patru ani de opoziţie a atacat mai puţin partidele de la guvernare (cum ar fi fost firesc) şi şi-a orientat critica în primul rând spre Traian Băsescu. Ca principal partid de opoziţie, PNL îşi poate schimba conducerea, devenind astfel acceptabil pentru PD-L ca partener de guvernare. În acest fel s-ar putea reface Alianţa DA, care, împreună cu UDMR, ar forma o altă majoritate în Parlament, de circa 60%. Această variantă nu poate fi exclusă dacă PSD va deveni incomod pentru guvernul Boc sau dacă unele grupări influente din PSD vor reuşi să coaguleze o masă critică suficientă pentru a impune ieşirea partidului de la guvernare şi trecerea sa în opoziţie. Soluţia unor alegeri anticipate fiind aproape exclusă, cel puţin până se va schimba Constituţia, un astfel de scenariu (la care, probabil, unii strategi ai partidelor lucrează discret) are şanse mai mari să fie aplicat după ce se vor consuma alegerile prezidenţiale, care vor fi o provocare şi un test important pentru actuala coaliţie.

Alegerile europarlamentare

Scena politică internă nu va înregistra schimbări semnificative până la aceste alegeri, astfel că este posibil ca scorul partidelor să fie asemănător cu cel obţinut la alegerile parlamentare. PD-L şi PSD vor avea avantajul că vor dispune de logistica guvernamentală şi de suportul administraţiilor locale, pe care le controlează în bună măsură. Dar alegerile europarlamentare nu reprezintă încă o miză importantă pentru partidele româneşti, întrucât problematica europeană nu a fost asimilată de electorat şi nu are suficientă relevanţă pentru a-i mobiliza pe cetăţeni. Ca şi în cazul celor din noiembrie 2007, este de aşteptat ca alegerile europarlamentare din acest an să se desfăşoare într-o atmosferă relaxată, fără mari confruntări ideologice, într-o notă de calm şi chiar de blazare a electoratului, cu o participare scăzută la vot.

De asemenea, implicarea partidelor nu va fi una foarte profundă, întrucât candidaţii vor fi selectaţi, de regulă, din eşalonul doi al partidelor. Vor fi probabil oameni competenţi, instruiţi şi cu un discurs echilibrat, european, care nu vor furniza subiecte pentru spectacolul mediatic. În percepţia electoratului vor conta mai mult personalitatea şi notorietatea lor, dar şi faptul că sunt reprezentanţi ai unor partide. Însă, deşi răspunderea şi greul campaniei vor cădea asupra candidaţilor,

susţinerea acestor candidaţi de către dispozitivul logistic al partidelor va avea un rol decisiv. Trebuie să reamintesc faptul că aceste alegeri se vor desfăşura, la fel ca în toate ţările membre ale Uniunii Europene, potrivit sistemului proporţional, al votului pe liste de partid. Nu putem eluda posibilitatea ca grupările politice din Parlamentul European, cele populare, socialiste şi liberale, să facă presiuni asupra partidelor româneşti pentru a se mobiliza şi a obţine scoruri cât mai bune. Astfel, scorul pe care îl vor obţine partidele în aceste alegeri va avea o semnificaţie importantă pentru poziţionarea lor în viitoarele confruntări electorale.

Alegerile prezidenţiale

În condiţiile în care alianţa de guvernare va rezista până la acest moment şi executivul mixt PD-L – PSD va reuşi să atenueze parţial efectele crizei, alegerile prezidenţiale pot fi câştigate lejer de Traian Băsescu. Deocamdată, nici PNL, nici PSD nu au un candidat pe măsura domnului Băsescu şi este greu de prevăzut că vor găsi unul în timpul scurt care a mai rămas. Chiar dacă PSD va avea un candidat pentru aceste alegeri, el va fi unul necompetitiv şi este puţin probabil ca Băsescu să fie atacat frontal de un partid care participă la guvernare.

O implicare mai puternică va avea însă PNL, care va folosi prilejul pentru a-şi lua revanşa pentru umilinţele şi atacurile la care a fost supus de Băsescu în ultimii patru ani. Un candidat cât de cât redutabil ar fi domnul Sorin Oprescu, primarul general al Bucureştiului, dacă va fi sprijinit direct de liberali şi neoficial de anumite fracţiuni din PSD, care împreună ar putea coagula un vector anti-Băsescu. Însă este posibil ca până în toamnă domnul Oprescu să piardă mult la capitolul imagine şi încredere, având în vedere că nu a reuşit să rezolve nici o problemă majoră a Capitalei. Este greu de crezut că domnul Oprescu va fi votat pentru funcţia de preşedinte al României când „realizările" domniei sale sunt asociate doar cu „recordurile" jenante, omologate de Guinness Book.

Nu sunt excluse însă nici candidaturile-surpriză, despre care deocamdată nu ştim, dar care l-ar putea pune în dificultate pe actualul preşedinte. Deşi are cele mai mari şanse, este greşit să credem că domnul Băsescu este invincibil sau că va alerga singur în cursa electorală. Dânsul este conştient că a pierdut o bună parte din electoratul care l-a susţinut (în nici un caz 80%, cum a declarat retoric), pentru că a „moşit" şi a cauţionat actualul guvern. Cert este însă că va fi pus în situaţia de a-şi schimba radical discursul, fiindcă nu va mai avea în faţă o „ţintă"

clară pe care să o demoleze, cum era „sistemul ticăloșit" în 2004. Nu va putea invoca nici „sistemul oligarhic" ca posibil „adversar", nici corupția, pentru că ar însemna să accepte ideea că aceste maladii sunt perpetuate tocmai de guvernul pe care îl susține. Probabil că va fi nevoit să găsească alte teme majore, de interes public, cum ar fi modificarea Constituției, reforma statului și a administrației, investițiile în infrastructură, învățământ și sănătate.

În sfârșit, nu putem anticipa în detaliu care vor fi temele, mizele și promisiunile care vor atrage simpatii electorale și pe ce tip de discurs va fi ales viitorul președinte. Susținerea candidaților de către sistemul mediatic va conta, fără îndoială, dar nu într-o măsură atât de decisivă cum s-a întâmplat la alegerile din 2004. Electoratul românesc s-a maturizat și s-a diversificat, cultura sa politică a evoluat, iar oamenii, mai ales din zonele urbane, au dobândit o anume „imunitate" față de manipulările instrumentate prin sistemul mediatic. România are multe probleme nerezolvate, dar puține dintre acestea ajung să fie preluate de agenda media și de agenda politică. Campania pentru alegerile prezidențiale va fi un bun prilej ca problemele ce formează agenda cetățeanului și a societății să fie conștientizate și aduse în dezbaterea publică.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Criza politicii după alegerile din 2008

Vladimir Pasti

Alegerile din 2008 au fost importante, desigur, în primul rând prin rezultatele votului, care au clarificat raporturile de putere dintre partide, au condus la formarea guvernării PD-L – PSD şi au modificat radical poziţionările partidelor faţă de alegerile prezidenţiale din 2009. Dar importanţa lor nu se reduce doar la consecinţele imediate ale distribuţiei puterii în stat între partidele politice. Alegerile au şi o semnificaţie mai profundă, reprezentând una dintre ultimele etape în dezvoltarea unor tendinţe ale evoluţiei politicii româneşti de după comuniom. Unele dintre aceste tendinţe au fost duse, prin alegerile din 2008, până aproape de limită. Altele sunt doar incipiente, dar exercită o presiune importantă asupra evoluţiilor următoare. Sunt pregătite ingredientele pentru cotituri politice majore, care nu sunt însă controlate de liderii politici actuali.

O asemenea condiţie favorabilă o oferă slăbiciunile actualei guvernări. Specificul guvernării care se instalează după alegerile din 2008 este dubla sa criză de legitimare. Legitimarea internă îi lipseşte, pentru că majoritatea românilor fie nu au venit la vot, fie au votat pe altcineva, fie nu au votat combinaţia de guvernare pe care politicienii au reuşit, până la urmă, să o impună. Legitimarea externă nu mai funcţionează, deoarece Occidentul însuşi este acum în criză ideologică, adică în criză de legitimare. Această slăbiciune nu este limitată la actuala guvernare şi coaliţia majoritară care o susţine. Nu este nici restrânsă la partidele noii guvernări şi, mai ales, nu este nouă. Criza actuală este proprie întregii clase politice româneşti postcomuniste de după 2004. Ea a fost declanşată de conflictul guvern--preşedinte din 2005, transformat în conflict Parlament-Preşedinte, şi a fost consacrată ca o criză insolubilă de meciul nul confirmat de referendumul din mai

2007 prin slaba participare la vot şi de incapacitatea Preşedintelui României de a valorifica victoria obţinută la referendum. În continuare a fost accentuată de slăbiciunile legitimării guvernării PNL-UDMR, care a durat până în decembrie 2008. Faptul că guvernul Tăriceanu a rezistat vreme de circa doi ani fără majoritate parlamentară şi fără susţinerea populaţiei dovedeşte virtuţile birocraţiei politice, dar în condiţiile unei rupturi grave dintre populaţie şi guvernare. A fost nu un semn, ci o intrare a crizei în faza manifestă, devenită acută în timpul campaniei electorale, când guvernul Tăriceanu s-a luptat, în problema majorării salariilor, cu întregul Parlament, inclusiv cu propriii parlamentari, cu aliaţii, cu preşedintele ţării şi cu propriul electorat. Criza a fost accentuată şi mai mult de soluţia guvernamentală adoptată după alegeri, care nu mai aplică reguli politice, ci exclusiv reguli birocratice (referitoare la numărul de parlamentari necesar susţinerii unui guvern, la relaţiile dintre guvern şi partide etc.)

S-a sperat, nejustificat, că alegerile din 2008 vor aduce cu sine rezolvarea crizei. În acelaşi timp însă, rezultatele alegerilor din 2008 au făcut imposibilă o soluţie obţinută cu mijloacele normale de care dispune clasa politică de obicei. Mijloace noi au devenit necesare şi ele sunt, de mai multă vreme, testate de diferiţii actori politici, cu rezultate care nu impresionează. Dar, mai mult decât orice, direcţii noi de rezolvare a crizei sunt necesare şi, mai mult ca sigur, vor fi testate în perioada următoare. Faptul că ne aflăm într-o criză a politicii este deja conştientizat atât de electorat, cât şi de comentatorii şi analiştii politici şi comunicat în forme din ce în ce mai spectaculoase şi mai agresive de către mass-media. Incertitudinile se referă la modul de rezolvare a crizei. Direcţiile de ieşire din criză deja anunţate sunt echivalente ca posibilitate şi vor apărea direcţii noi la fel de posibile. Faptul că nu avem posibilitatea ca, pe baza analizei trecutului şi a prezentului, să facem prognoze cu un grad rezonabil de încredere cu privire la probabilitatea unei direcţii de ieşire din criză în raport cu probabilitatea celorlalte direcţii posibile indică faptul că ne aflăm în faţa unui grad de libertate suplimentar al evoluţiei politicii şi a societăţii. Ceea ce înseamnă că, în loc ca aceia care gestionează politica şi realitatea socioeconomică să planifice şi să aplice o soluţie a ieşirii din criză în funcţie de obiectivele şi interesele lor, mai degrabă realitatea socială şi economică va impune o evoluţie la care elitele conducătoare vor fi nevoite să se adapteze.

Componentele crizei politicii

Existenţa unei crize a politicii româneşti care se acutizează şi forţează o soluţie deocamdată imprevizibilă nu este nici o simplă speculaţie, nici o „impresie" de analist. Ea este puternic susţinută, pe de o parte de date de cercetare, iar pe de altă parte de comportamentele politice ale populaţiei, ca şi ale partidelor, liderilor acestora şi chiar ale unor instituţii ale statului. Toţi aceşti parametri au avut evoluţii complicate, dar cu tendinţe dominante, în anii de după 2004, şi anul electoral 2008 le-a întărit, iar pe unele le-a dus la valori critice ale parametrilor. Primul obiectiv este să vedem ce a confirmat sau infirmat anul electoral 2008.

„Ruptura" dintre elita politică şi populaţie

Cea mai importantă confirmare este cea a refuzului politicii de către populaţie. Indicatorul principal al acestui refuz este stabilizarea tendinţei de participare la vot doar a unei minorităţi a electoratului înregistrat. Tendinţa generală a populaţiei, din 1990 şi până acum, a fost de a participa la vot în număr din ce în ce mai mic, dar această tendinţă nu a fost neapărat constantă. Alegerile din 2004, de exemplu, reprezintă o excepţie. În plus, dinamica acestei tendinţe era relativ mică. În 2008 însă are loc o adevărată prăbuşire. Iată evoluţia participării la vot a populaţiei, a voturilor acordate partidelor care au intrat în Parlament şi dinamica evoluţiei acestora.

Tabelul 1. *Prezenţa la vot şi dinamica sa în perioada 1992-2008*

Anul	Prezenţă la vot %	Voturi valide (mil.)	Dinamica faţă de anul precedent	Voturi pentru partidele parlamentare (mil.)	Dinamica faţă de anul precedent
1992	76,3	10,8[1]	–	8,8	–
1996	76,0	12,2	1,13	10,1	1,15
2000	65,3	10,8	0,89	8,5	0,84
2004	57,1	10,2	0,94	8,9	1,1
2008	39,2	6,9	0,68	5,8	0,65

1. S-a înregistrat un număr record de voturi anulate : 1,6 milioane, care explică scăderea relativă a numărului de voturi valide, ca şi a numărului de voturi acordate partidelor ce au depăşit pragul electoral.

Participarea la vot, numărul de voturi valide exprimate, în condiţiile în care în 2008 numărul voturilor anulate e cel mai mic din istoria alegerilor (sub 300.000) şi numărul de voturi acordat partidelor parlamentare au ajuns, în 2008, la un minim absolut. Pentru prima dată în istoria politică a ţării participă la vot mai puţin de jumătate din populaţia cu drept de vot, doar o treime (35%) din electoratul urban şi mai puţin de jumătate din electoratul rural (45%). Deoarece în ţară există aproximativ 17 milioane de votanţi[1] şi putem aprecia că la data votului erau prezenţi în ţară şi în situaţia de a putea vota aproximativ 16 milioane de alegători[2], rezultă că actualul parlament este legitimat doar de 36% – o treime – din alegători, iar actuala coaliţie de guvernare este susţinută de mai puţin de 25% dintre alegători, ţinând cont de faptul că o parte dintre alegătorii PSD şi PD-L nu sunt, la modul categoric, de acord cu alianţa dintre cele două partide pentru guvernare.

Din fericire, avem suficiente reguli birocratice care să confirme rezultatele alegerilor şi să permită formarea unei guvernări chiar şi în condiţiile în care marea majoritate a populaţiei, aproape două treimi (61%), refuză să participe la viaţa politică. În consecinţă, România de după noiembrie 2008 nu a colapsat, ci are un parlament, are un guvern, are o majoritate parlamentară care să susţină acest guvern etc.

Dar neparticiparea la vot a majorităţii electoratului român este mai semnificativă decât rezultatul votului şi este un indicator important al crizei politice în care ne aflăm. Pentru că, într-un sistem democratic, politicienii pot conduce societatea doar în măsura în care: 1) populaţia se implică în campaniile electorale şi în alegeri pentru a-şi promova şi susţine interesele, recunoscând astfel că soluţia problemelor sale este de natură politică; 2) după alegeri există o parte importantă, preferabil majoritară, a populaţiei dispusă să susţină guvernarea şi să se integreze în proiectele propuse de aceasta. Nici una dintre aceste două condiţii nu a fost îndeplinită de clasa politică românească prin campaniile electorale şi alegerile din 2008. Nu avem o majoritate a populaţiei care să considere că îşi poate promova interesele individuale sau de grup prin intermediul politicilor – cel puţin, nu al politicilor propuse de alegeri, deoarece mai puţin de 40% din adulţii României au considerat că merită să voteze unul sau altul dintre partide în acest scop şi, în

1. Este vorba despre alegători reali, nu despre cei înregistraţi, erorile de înregistrare fiind semnificative.
2. Restul fiind în străinătate şi în poziţia de a nu putea vota. Acest număr este o estimare cu grad ridicat de eroare.

general, nu au considerat că susţinerea uneia sau alteia dintre variantele de guvernare ar putea fi în interesul lor, individual sau de grup. Cercetarea de care dispunem confirmă această concluzie. Ştim din cercetare[1] că aproape două treimi din electori consideră că viitorul lor depinde în primul rând de ce anume vor face ei înşişi şi nu de cine şi cum va guverna România.

Nu avem de-a face cu un optimism naiv al populaţiei. Aceasta are probleme şi este foarte conştientă de ele. Dar cea mai mare parte a populaţiei nu consideră că aceste probleme ale ei vor fi abordate şi rezolvate pe cale politică. Altfel spus, cel mult o treime din populaţia adultă a ţării mai crede că politicienii aduşi la putere prin intermediul alegerilor îi reprezintă interesele, iar guvernările vor ţine seama de interesele alegătorilor. Ştim că în realitate acest număr este mai mic, astfel încât volumul populaţiei care susţine sau se opune guvernării este mai mic decât o treime. Dar la fel de importantă ca volumul este dinamica acestui proces. Ceva radical s-a întâmplat în perioada dintre noiembrie 2004 şi noiembrie 2008. În numai patru ani, elita politică românească a pierdut 30% din populaţia care, şi aşa redusă în 2004 la mai puţin de 60% din total, mai avea încredere în guvernare. Încrederea în guvernare şi în elita politică s-a prăbuşit dramatic după 2004. Cea mai importantă consecinţă a acestei reduceri constă în separarea populaţiei de elita politică şi, în consecinţă, de guvernare. Sigur, populaţia suportă în continuare efectele guvernării, aşa cum suportă clima sau orice alt factor pe care nu-l poate controla. Dar nu-i împărtăşeşte obiectivele, în raport cu care este indiferentă. Elita politică guvernează în continuare, dar guvernează mai ales statul, şi mult mai puţin populaţia şi societatea.

Tabelul 1 mai sugerează un fenomen interesant, deşi seria istorică este prea scurtă pentru a fi pe deplin convingătoare. Faptul că fiecare guvernare a dreptei conduce la o scădere semnificativă a participării la vot – a încrederii în politică a populaţiei –, în vreme ce guvernările stângii reuşesc să menţină nivelul atins în momentul venirii sale la putere, dar nu să-l mărească. Din 1992 şi până în 2008 dreapta a guvernat de două ori: în 1996-2000 (CDR + USD) şi în 2004-2008 (ADA şi apoi PNL + UDMR). Restul guvernărilor au fost dominate de stânga reprezentată de PSD, indiferent ce nume avea pe vremea aceea. Or, scăderea prezenţei la vot şi deci a încrederii în politică a avut loc în două etape. În 2000, sfârşitul primei guvernări a dreptei, participarea la vot a scăzut brusc cu 15%[1],

1. Aceste cercetări au fost efectuate în perioada septembrie-noiembrie 2008 de către Departamentul de Cercetare Cantitativă al INSOMAR, condus de dna Cecilia Zavaleche.

după ce fusese relativ constantă în 1992 şi 1996. În 2000, elita politică a „pierdut" mai mult de 1,4 milioane de cetăţeni activi. În 2008, sfârşitul celei de-a doua guvernări a dreptei, participarea la vot a scăzut cu 30%, adică de două ori mai mult, iar elita politică a „pierdut" alte 3,4 milioane de cetăţeni politic activi. La sfârşitul guvernărilor de stânga (1996, 2004), elita politică nu pierde cetăţeni activi, dar nici nu câştigă. Mai multe ipoteze pot explica acest proces, dar cea mai puternică este cea care atribuie pierderile de electorat în proporţii echilibrate între stânga şi dreapta. Specificul perioadelor în care a guvernat dreapta a fost amplificarea conflictelor în interiorul atât al dreptei, cât şi al stângii. Ambele coaliţii de dreapta s-au destrămat aproape imediat ce au preluat puterea, iar în acest timp stânga a fost dominată de conflicte interne care au dus la rupturi în 1997 şi la un soi de război de gherilă intern după 2005. Invers, în timpul guvernărilor stângii, aceasta a rămas unită în jurul puterii, în vreme ce dreapta s-a străduit să se unifice împotriva adversarului comun. Rezultă că principalul factor care îndepărtează populaţia de elita politică nu este confruntarea dintre dreapta şi stânga, ci, invers, confruntările din interiorul fiecăreia din cele două tabere. Este firesc să fie aşa. Confruntarea dintre stânga şi dreapta poate ilustra competiţia dintre marile grupuri sociale care organizează populaţia. Invers, confruntarea din interiorul taberelor este exclusiv o problemă a relaţiilor dintre politicieni. Câtă vreme politicienii se ocupă de ei înşişi în loc să se ocupe de populaţie şi societate, populaţia şi societatea sunt neinteresate de rezultat şi se îndepărtează de politică.

Această explicaţie este confirmată pentru perioada 2005-2008 de slaba participare a populaţiei la cele două mari confruntări din interiorul elitei politice, cu consecinţe potenţial majore pentru soarta partidelor, dar fără efecte semnificative asupra societăţii sau populaţiei. Este vorba de confruntarea dintre Preşedintele României şi Parlament, tranşată prin două referendumuri[2], ambele nerelevante, căci nici unul nu a adus la vot măcar jumătate din electorat.

1. S-a luat în considerare prezenţa la vot, şi nu doar numărul de voturi valide exprimate.
2. Mai 2007, referendum pentru demiterea Preşedintelui României, la care participarea la vot a fost de 44,5%, şi noiembrie 2007, referendum pentru Legea electorală, la care participarea la vot a fost de doar 26,4%.

Diminuarea opţiunilor politice

Un proces paralel şi în directă legătură cu cel al îndepărtării populaţiei de politică este cel al reducerii numărului de partide politice parlamentare. În 1992 au intrat în Parlament 8 partide şi alianţe politice care au participat la alegeri[1]. În 1996, la o participare la vot comparabilă cu cea din 1992, au intrat doar 6[2]. În 2000, la o participare la vot diminuată cu 15% faţă de 1996, au depăşit pragul electoral 5 partide şi alianţe[3]. În 2004, doar 4[4]. În 2008, din nou 4[5], dar trebuie notate dispariţia din viaţa parlamentară a PRM, ca şi faptul că două din cele patru partide parlamentare de după alegerile din 2008 sunt componentele fostei ADA din 2004. Procesul la care asistăm constă în reducerea treptată a electoratului la nucleele dure ale susţinătorilor fiecărei tabere în parte, în paralel cu scăderea volumului acestora. Reducerea numărului de opţiuni politice majore – şi deci de partide politice care le reprezintă – ar putea fi considerată normală în condiţiile în care, odată aşezată pe un traseu evolutiv clar, alternativele politice majore pentru guvernarea României se reduc ca număr. Dar nu avem de-a face cu un proces atât de simplu, căci el este însoţit şi de scăderea volumului electoratului fidel al partidelor. Cea mai bună ilustrare a acestui ultim proces o reprezintă UDMR, partid al etnicilor maghiari şi care a deţinut monopolul voturilor maghiarilor din 1990 şi până astăzi. Or, dinamica numărului de voturi obţinute de UDMR la alegerile parlamentare din perioada 1992-2008 arată ca în tabelul 2.

Este cea mai bună ilustrare a erodării electoratului fidel al partidelor, proces care a afectat toate partidele politice şi în faţa căruia acestea nu par a avea reacţii eficiente. Cazul UDMR este cu atât mai exemplar cu cât nu se suprapune decât parţial cu tendinţa generală a scăderii participării la vot. Scăderea electoratului UDMR ilustrează nu îndepărtarea generală a populaţiei de politică, deoarece electoratul UDMR nu are alte opţiuni politice decât UDMR, iar agenda sa politică nu este cea a restului populaţiei. Dinamica comportamentului electoral al etnicilor maghiari

1. În ordinea voturilor primite, acestea au fost: FDSN, CDR, FSN, PUNR, UDMR, PRM, PDAR, PSM.
2. CDR, PDSR, USD, UDMR, PRM, PUNR.
3. PDSR, PRM, PD, PNL, UDMR.
4. PSD + PUR, ADA, PRM, UDMR.
5. PSD + PC, PD-L, PNL, UDMR.

ilustrează, în condiţii aproape experimentale, scăderea încrederii electoratului fidel al partidelor în elita politică ce îl reprezintă, chiar în condiţiile în care se află în imposibilitatea de a migra către alte partide.

Tabelul 2. *Voturi obţinute de UDMR în alegerile parlamentare*[1] *(mii voturi)*

UDMR	1992	1996	2000	2004	2008
Voturi obţinute	811	812	737	625	425
±% faţă de anul anterior	-	0	-9	-15	-32

Dar diminuarea opţiunilor politice nu se manifestă doar prin restrângerea numărului partidelor politice semnificative şi diminuarea susţinătorilor activi ai diferitelor partide ce reuşesc să depăşească pragul electoral. Ea poate fi la fel de bine identificată în convergenţa programelor electorale sau de guvernare oferite de partide electoratului. Analiza de conţinut a programelor electorale ale celor trei mari partide (PD-L, PSD, PNL) dovedeşte că diferenţa dintre ele este minimă şi nu se referă la opţiuni semnificative. În campaniile electorale ale alegerilor parlamentare din noiembrie 2008, cele trei partide mari au oferit aceleaşi promisiuni şi opţiuni principale, referitoare la dezvoltarea infrastructurii, creşteri ale veniturilor populaţiei (salarii şi pensii), investiţii comunitare şi dezvoltare locală (educaţie, sănătate, energie, alte utilităţi), stabilitate macroeconomică. Diferenţele de ofertă politică au fost minime şi au constat mai ales în detalii tehnice, neinteresante pentru electorat şi complet lipsite de semnificaţie politică.

Eşecul partidelor noi

Avem de-a face cu trei procese care au evoluat cu oscilaţii, dar cu tendinţe constante din 1992 până acum : 1) îndepărtarea populaţiei de politică ; 2) scăderea treptată a numărului de partide politice semnificative[2] ; 3) reducerea numărului de susţinători fideli ai fiecărui partid. În această ecuaţie cu trei variabile putem lansa ipoteza ca procesele 2 şi 3 sunt simple consecinţe ale primului şi celui mai important proces, adică îndepărtarea populaţiei de politică.

1. Voturi pentru Camera Deputaţilor.
2. Capabile să adune suficiente voturi pentru a intra în Parlament.

Putem adăuga acestor trei procese încă unul, şi anume eşecul încercărilor de a construi noi partide semnificative. Asemenea încercări au existat de-a lungul întregii perioade în toate taberele. Ori de câte ori nivelul conflictelor în interiorul partidelor parlamentare a atins o cotă de criză, una sau mai multe grupări s-au desprins din acel partid, în efortul de a construi unul nou şi de a mobiliza electorat din marea masă a populaţiei neangajată politic. Nici unul dintre partidele cu şanse electorale nu a fost scutit de asemenea diviziuni, secesiuni sau disidenţe. Nici una dintre ele nu a avut succes, chiar dacă iniţierea ei părea a fi, pe baza sondajelor de opinie din perioadele dintre alegeri, o întreprindere cu şanse reale de a modifica spectrul politic românesc.

În 2000, nici ApR desprins din PDSR şi nici multiplele formaţiuni desprinse din CDR, cu excepţia PNL, nu au reuşit să intre în Parlament. În perioada 2005-2007 un partid nou şi insolit, PNG-CD, a fost anunţat de sondajele de opinie ca având o audienţă în creştere în rândurile electoratului, dar la alegeri nu a putut depăşi pragul electoral. În 2007, o disidenţă desprinsă de PNL sub conducerea lui Theodor Stolojan (PLD) a depăşit pragul electoral[1], dar participarea extrem de redusă la vot (29%) face ca acest succes iniţial să fie neconcludent. Această concluzie pare să fi fost şi cea a conducerii noului partid, care a fuzionat cu PD formând PD-L, nesupunând noul partid testului mult mai dur al alegerilor locale şi parlamentare. Au fost, probabil, inspiraţi, căci şi în iunie 2008, în alegerile locale, şi în noiembrie 2008, în alegerile parlamentare, cele două partide unificate au obţinut mai puţin decât suma procentelor lor din alegerile europarlamentare din 2007. Cu excepţia tentativei PLD, integrat rapid în partidul mai mare, PD, nici o altă încercare de construcţie politică nouă sau de revigorare a unor construcţii politice mai vechi, precum PNŢCD, nu a reuşit, deşi încercări au existat pe toată suprafaţa spectrului politic. În ciuda tensiunilor interne care au generat confruntări dure în partidele parlamentare mari – PSD mai ales –, convingerea că orice nouă formaţiune politică este sortită eşecului electoral a împiedicat fărâmiţarea acestora în mai mare măsură decât unitatea de valori, convingeri sau doctrine.

1. A obţinut 400.000 de voturi, reprezentând 7,8% din cele 5,3 milioane de voturi valabil exprimate.

Imposibilitatea victoriei

O tendinţă anunţată încă din 2004 şi care pare să se fi stabilizat în 2008 este imposibilitatea oricăreia dintre tabere de a obţine o victorie decisivă. Este un proces strâns legat de cele două caracteristici anterioare – îndepărtarea populaţiei de politică şi scăderea nucleului dur al electoratelor partidelor. Pentru politica românească de după 1989, o asemenea situaţie este o noutate. Până la alegerile din 2000 inclusiv, chiar dacă nici una dintre tabere nu obţinea majoritatea absolută, învingătorul electoral era clar definit şi, în consecinţă, nu avea dificultăţi în a-şi asigura alianţele parlamentare indispensabile formării majorităţii parlamentare în condiţiile pe care le impunea. Această facilitate a câştigătorului clar al alegerilor se încheie însă în 2004, când cele două tabere principale – PSD+PUR şi ADA – ies din competiţie practic la egalitate şi este nevoie de o „soluţie imorală", reprezentată de „dezertarea" PUR în tabăra ADA, pentru a permite o guvernare a dreptei. Din acest moment însă, îndepărtarea populaţiei de politică a făcut orice victorie a uneia dintre cele două tabere virtual imposibilă. Alegerile europarlamentare din 2007, cu gradul lor de participare la vot extrem de scăzut, au permis încă o distanţare aproape semnificativă (aproximativ 5%) a PD, dar alegerile care au urmat au confirmat imposibilitatea victoriei detaşate a unui partid politic. În alegerile locale din 2008, PSD şi PD-L au obţinut rezultate similare – 28-29% –, egalitate confirmată şi la alegerile parlamentare din toamna 2008, când diferenţa dintre cele două partide a fost mai mică de 1%.

Această noutate a victoriei imposibile, născută iniţial din imposibilitatea unor manevre politice parlamentare cu obiectivul intangibil al atingerii unei majorităţi confortabile pentru guvernare în toată perioada 2005-2008[1] şi care a fost confirmată de rezultatele atât ale alegerilor locale, cât şi ale alegerilor parlamentare din 2008, a impus elitei politice româneşti necesitatea depăşirii formulei celor două tabere aflate în confruntare ireductibilă. Rezultatul a fost neaşteptata formulă a alianţei de guvernare PD-L – PSD, construită după alegerile din 2008 în ciuda unor puternice opoziţii provenite din trei direcţii: a unei părţi a activului celor două partide care s-au aliat, până la urmă, la guvernare, a unor grupuri importante

1. Nici una dintre combinaţiile încercate (PD-PNL-PUR-UDMR, PD-L – PSD, PNL – UDMR – PSD, PD-L – PRM etc.) nu a avut nici succes, nici stabilitate.

de presiune asociate celor două partide şi a unei cvasimajorităţi a electoratului. Cercetările INSOMAR arată că mai puţin de 20% din electoratul activ (cu o opinie exprimată cu privire la viitoarea guvernare) la nivel naţional este favorabil unei guvernări comune a PD-L şi PSD şi că doar 17% din electoratul PSD şi tot 17% din cel al PD-L este favorabil unei asemenea alianţe[1]. Cu toate acestea, ea a avut loc, liderii politici ai celor două partide asumându-şi riscul unei îndepărtări suplimentare a populaţiei de politică şi a reducerii, posibil semnificative, a susţinătorilor necondiţionaţi ai partidelor pe care le conduc.

Eşecul soluţiilor încercate

Datele empirice de care dispunem indică în mod convingător că ne aflăm în plină criză a politicii. Fenomenul relevant pentru diagnostic constă în dezvoltarea unei rupturi semnificative între elita politică şi populaţie. Cel mai important indicator al acestei „rupturi" este scăderea dramatică a participării la vot a populaţiei. Dar el poate fi foarte bine completat şi cu alţi indicatori complementari, cum ar fi scăderea încrederii în partidele politice şi în instituţiile politice ale statului, apelul la soluţiile individuale pentru viaţa cotidiană în dauna celor sociale, comunitare şi, mai ales, politice, raportarea negativă la guvernare, indiferent de ideologia ei afişată sau de politicile concrete pe care le promovează, imaginea preponderent negativă cu privire la motivaţiile acţiunii politice şi convingerea dominantă a populaţiei că societatea are nevoie de schimbări radicale, dublată de lipsa de încredere că o asemenea schimbare ar putea veni din actuala zonă politică.

Această îndepărtare a populaţiei de politică este esenţială. Alte componente care au fost amintite aici, precum diminuarea opţiunilor politice oferite populaţiei, eşecul încercărilor unor noi construcţii politice şi imposibilitatea victoriei, sunt doar efecte normale ale fenomenului principal. Importanţa lor constă în faptul că au apărut, ceea ce înseamnă că criza politică de care vorbim a avut la dispoziţie suficient timp şi suficientă realitate pentru a începe să producă efecte notabile. Ele au fost identificate doar în relaţiile politice, dar ar putea la fel de bine să fie urmărite şi prin consecinţele lor economice – care se întind de la dezechilibre macroeconomice până la deficienţe structurale ale economiei –, şi prin consecinţele lor sociale şi culturale, care pot să cuprindă un spectru suficient de larg

1. Barometrul de opinie INSOMAR, septembrie 2008.

pentru a include fenomene pseudo-politice, precum lipsa de încredere în justiţie, administraţie şi mass-media, corupţia şi clientelismul, până la fenomene şi procese demografice (natalitate, mortalitate, migraţie etc.) sau ideologice. Aşa cum este de aşteptat, criza relaţiei dintre elita politică şi populaţie tinde să se extindă într-o criză generală a relaţiilor dintre elitele conducătoare şi populaţie. O asemenea criză nu conduce neapărat la opoziţia activă a societăţii faţă de stat, ci doar la pasivitatea acesteia faţă de iniţiativele elitelor de modelare a societăţii, pasivitate care riscă să condamne la eşec orice astfel de încercări.

Două lucruri merită să fie remarcate aici. Pe de o parte, că asemenea eşecuri deja au început să fie notabile. De exemplu, eşecul încercărilor de stimulare a economisirii, cel mai bine ilustrat de semieşecul fondurilor de pensii private. Guvernarea 2005-2008 a fost nevoită să impună obligaţia prin lege a salariaţilor de a contribui la fondurile private de pensii, recunoscând în acest fel lipsa susţinerii unei asemenea politici de către populaţie şi acceptând una dintre cele mai grosolane încălcări ale propriei ideologii (liberale[1]). Pe de altă parte, trebuie notat că elitele conducătoare ale societăţii – şi, mai ales, elita politică – au recunoscut criza, chiar dacă doar intuitiv, şi s-au străduit să inventeze şi să aplice soluţii ale acesteia. Cel puţin trei direcţii de contracarare, dacă nu de soluţionare a crizei, au fost utilizate şi s-au făcut eforturi semnificative pentru a le asigura succesul. Din păcate, toate au eşuat.

Prima direcţie a fost *schimbarea instituţională*. Este soluţia tradiţională a clasei politice atunci când întâlneşte o problemă: înfiinţează o nouă instituţie sau le modifică pe cele existente, cu speranţa mărturisită că noile instituţii vor modifica la rândul lor comportamente, relaţii sociale, atitudini ale populaţiei şi vor genera exact acele efecte pe care le doresc iniţiatorii modificărilor instituţionale. Modificarea legii electorale prin trecerea de la votul pe liste de partid la votul uninominal, cu speranţa că va avea loc ceea ce liderii politici denumeau „reforma clasei politice", urmată de creşterea spectaculoasă a încrederii populaţiei în politică în general şi în partide şi politicieni în particular, a fost cea mai importantă dintre aceste modificări instituţionale. Iar eşecul ei a fost cel mai spectaculos dintre toate. Nu a fost însă nicidecum singura. Modificarea Constituţiei, pentru a modifica relaţiile dintre instituţiile politice ale statului, modificarea instituţiei

1. Care afirmă superioritatea „naturală" a iniţiativei private faţă de gestionarea de către stat şi recunoaşterea ei, la fel de „naturală", de către populaţie. Nu a fost cazul.

referendumului, modificarea succesivă a instituţiilor justiţiei, alegerea directă de către electorat a preşedinţilor de consilii judeţene, aşa-numita „reformă a administraţiei" etc. au fost tot atâtea încercări de a opri sau chiar de a inversa tendinţa de accentuare a neîncrederii populaţiei în politică şi de accentuare a rupturii dintre elita politică, pe de o parte, şi populaţie, pe de altă parte. Toate au eşuat.

A doua direcţie de acţiune a constat în efortul de a reconstrui susţinerea politică pierdută de partide şi de clasa politică în general *în jurul unor personalităţi* aşa-numite „charismatice", în realitate personalităţi cu un grad de notorietate ridicat şi apreciate, dintr-un motiv sau altul, de opinia publică. Cel mai mare efort în această direcţie a fost depus chiar de către preşedintele ţării, Traian Băsescu, pentru a-şi construi o susţinere populară şi electorală independentă de cea obţinută prin intermediul partidelor politice care îl susţineau. Traian Băsescu a identificat în referendumul organizat din iniţiativa preşedintelui României mecanismul constituţional prin care preşedintele poate stabili o relaţie politică de tip electoral direct cu populaţia, evitând intermedierea partidelor, inevitabilă în cazul alegerilor prezidenţiale[1]. A fost un eşec. Nici unul dintre cele două referendumuri organizate de preşedinte nu a reuşit să aducă la vot jumătate din electoratul înscris pe liste, iar cel din noiembrie 2007 nu a adus la urne nici măcar o treime din electorat. Efortul preşedintelui de a se desprinde de imaginea negativă a partidelor oferind electoratului un lider politic legat direct de „popor", aflat în directă comunicare cu acesta prin intermediul mai degrabă al mass-mediei şi al marilor adunări populare decât al birocraţiilor politice, nu a fost susţinut de populaţie[2]. O altă încercare de acest fel a fost cea construită în jurul candidatului independent la primăria capitalei Sorin Oprescu, în alegerile locale din iunie 2008. Evitând partidele politice, ba chiar plasându-se politic împotriva lor, Sorin Oprescu a reuşit să câştige alegerile pentru primărie, dar a devenit primarul Capitalei ales cu cel mai mic număr de voturi din istoria alegerilor postcomuniste

1. Această direcţie fusese iniţiată încă din 2003 de PSD, care a modificat Constituţia prelungind mandatul prezidenţial la 5 ani şi separând astfel alegerile parlamentare de cele prezidenţiale.
2. Au existat chiar şi încercări de construcţie a unor instituţii ad-hoc, informale, precum „raportul preşedintelui" prezentat unor adunări populare, la care până la urmă s-a renunţat tot din cauza interesului redus al populaţiei pentru asemenea întreprinderi insolite.

pentru această poziţie. Mobilizarea populaţiei în jurul unor lideri populari slab sau deloc integraţi în sistemul de partide, de care electoratul se îndepărtează pentru că nu are încredere în ele, este o încercare eşuată.

Alegerile din 2008, cele locale şi cele parlamentare împreună, au dovedit că formula câştigătoare standard este cea a unui politician cu notorietate ridicată, susţinut puternic de un partid cât mai mare. Atât rezultatele electorale, cât şi cercetarea empirică confirmă această concluzie. Rezultatele electorale arată că tocmai independenţii, cei care ar trebui să fie primii beneficiari ai alegerilor în sistem uninominal, nu au obţinut o susţinere electorală semnificativă. În alegerile locale din 2008, toţi independenţii la un loc au obţinut mai puţin de 3% din voturi, iar în alegerile parlamentare din noiembrie 2008 nici un independent nu a obţinut un mandat de parlamentar[1]. Cercetarea ştiinţifică dovedeşte că aportul personal al candidatului la scorul mediu al partidului este, de regulă, modest în cazul alegerilor uninominale, el situându-se în medie în intervalul de ±6% faţă de scorul partidului. Excepţiile nu sunt numeroase şi, mai ales, nu sunt exemplare, căci excepţiile sunt, la rândul lor, însoţite de o scădere a participării la vot a populaţiei. Cazul exemplar este, probabil, cel al alegerilor din Bucureşti, unde candidatul PD-L la primăria sectorului 3, care a înregistrat cea mai categorică victorie din primul tur (peste 75% din voturi), a obţinut, în acelaşi timp, şi cea mai scăzută participare la vot din toate sectoarele (sub 30%).

A treia mare direcţie utilizată a fost cea a *marketingului politic*. În principiu, marketingul politic constă în tehnici de comunicare a mesajului politic, dar în forma dezvoltată în campaniile electorale româneşti el a devenit un pachet de tehnici de obţinere a susţinerii electorale a unui partid sau a unui politician din alte motive decât cele politice. Deoarece politica însăşi, aşa cum este ea practicată de partide şi politicieni, s-a dovedit insuficient de convingătoare pentru a produce comportamente politice dezirabile ale populaţiei, de la participarea la vot până la susţinerea unei anumite politici sau a unui anumit purtător al ei – partid, politician –, elita conducătoare a avut găselniţa de a utiliza motivaţii nepolitice pentru comportamentele politice. Acestea s-au întins pe un spectru foarte larg, de la încercările de a cumpăra voturi, fie direct, fie prin aşa-numitele „pomeni

1. Singura excepţie notabilă este cazul episcopului László Tőkés care, în alegerile pentru parlamentul european din 2007, a obţinut un mandat de europarlamentar, fiind votat de 3,4% din alegători. Dar în spatele lui Tőkés s-a aflat un partid în curs de formare, cel al secuilor, o disidenţă din UDMR.

electorale"[1], până la motivarea emoţională a electoratului prin intermediul tehnicilor de publicitate comercială. O asemenea idee a fost îmbrăţişată pe scară largă de elita politică pentru că, pe de o parte, se potrivea cu convingerile sale despre superioritatea sa ca elită în raport cu populaţia, incapabilă să-i înţeleagă deciziile şi motivaţiile, iar pe de altă parte, permitea substituirea relaţiei politice dintre ales şi alegători cu o relaţie tehnică între consilierii de marketing şi echipele tehnice ale campaniei electorale şi alegători. O substituire absolut necesară pentru actorii politici – partide şi politicieni – capabili să dezvolte politici pentru elite (nu pentru populaţie), dar siliţi să obţină legitimarea populaţiei pentru a le pune în aplicare. Pe de altă parte, această transformare însemnată a relaţiei politice dintre elită şi electorat a fost facilitată de – şi a stimulat – creşterea dramatică a fondurilor alocate campaniilor electorale. Capacitatea de a obţine fonduri pentru campania electorală a devenit unul dintre principalele criterii de selecţionare a candidaţilor la funcţiile publice alese, şi un astfel de criteriu a devenit, la rândul său, una dintre cauzele care forţează actorii politici să-şi orienteze politicile în primul rând către elite şi abia în al doilea rând, dacă există un al doilea rând, către populaţie.

Din păcate, marketingul politic s-a dovedit şi el un eşec. Există, desigur, numeroase cazuri în care candidaţii care au câştigat alegerile au dispus, în acelaşi timp, de campanii electorale bine concepute tehnic după criteriile marketingului politic. Dar nu există nici un temei pentru a afirma că marketingul politic poate juca un rol semnificativ în distribuţia voturilor între candidaţi. Dimpotrivă, cercetarea sugerează că nu există o corelaţie semnificativă între mărimea costurilor alocate în campania electorală pentru obţinerea unui vot şi numărul de voturi obţinute[2].

În campaniile electorale din 2008, atât cea pentru alegerea autorităţilor locale, cât şi cea pentru parlament, substituirea relaţiei politice cu relaţii de tip marketing politic a atins un maxim în raport cu campaniile electorale anterioare. În toamna

1. Acte ale guvernării prin care se creează facilităţi, avantaje sau privilegii pentru anumite categorii de electorat din fonduri publice. Ele pot cuprinde măsuri precum creşteri de salarii, pensii, subvenţii sau alocaţii guvernamentale, până la privatizări speciale (imobilele naţionalizate, de exemplu) sau programe de dezvoltare având ca destinaţie categorii de alegători. Sunt utilizate în toate ţările dezvoltate şi reprezintă unul dintre mecanismele prin care democraţia chiar funcţionează ca o democraţie.
2. Metodologia acestui tip de cercetare poate fi discutată.

lui 2008, înlocuirea alegerilor pe listă prin alegerile de tip uninominal a înlocuit un număr de 5-10 campanii naţionale la nivel de partid cu circa 2.000 de campanii de colegiu electoral, iar cea mai mare parte dintre acestea s-au bazat pe marketingul politic. Rezultatul imediat a fost o creştere exponenţială a costurilor campaniilor electorale, iar elementul semnificativ este că nu fondurile şi nu echipele de campanie au lipsit.

Conţinutul crizei politice

De ce să considerăm că toate aceste componente puse la un loc – şi altele care ar putea fi adăugate – alcătuiesc împreună o criză a politicii? Criza presupune, de regulă, puternice elemente de instabilitate. Or, ele nu numai că nu sunt prezente în urma alegerilor din 2008, ci înregistrăm fenomenul invers, de creştere a stabilităţii politice, ba chiar a ordinii sociale.

1. *Criza elitei politice între 2005 şi 2008 şi sfârşitul ei*

Guvernarea 2005-2008 avea, la urma urmei, mult mai multe elemente de instabilitate. Instituţiile majore ale sistemului politic – preşedintele, parlamentul, guvernul – se aflau într-un conflict perpetuu şi îşi sabotau reciproc funcţionarea într-o asemenea măsură, încât Curtea Constituţională a fost nevoită să preia funcţia de arbitru, fără ca nimeni să reuşească să preia rolul de mediator. Aceste conflicte, esenţial ireductibile, s-au transferat şi asupra administraţiei centrale şi locale şi a altor instituţii ale statului şi au făcut administrarea ţării problematică, au compromis justiţia şi au înrăutăţit poziţia internaţională a ţării. Elita politică însăşi a ajuns să fie divizată în tabere aparent ireconciliabile, fiecare dintre ele luptând pentru supravieţuire şi, simultan, pentru distrugerea cât mai totală a adversarului. Competiţia politică s-a transformat în război adevărat, pe măsură ce instituţiile statului, comunitatea de afaceri, sindicatele şi alte organizaţii ale societăţii civile au fost atrase de o parte sau alta, iar rezultatul ei nu mai părea să fie pierderea poziţiei politice sau, în caz extrem, ieşirea din politica semnificativă, ci chiar distrugerea publică sau fizică a actorilor politici. Spectrul blamului public sau chiar al închisorii plutea peste cea mai mare parte a elitei politice şi a asociaţilor ei. Mai mult, conflictele dintre tabere s-au transferat în interiorul partidelor politice, unde luptele politice au dus la compromiterea aproximativ egală a tuturor

competitorilor. Iar, la capătul celălalt al scalei, au antrenat instituţii politice internaţionale, precum partidele europene, Comisia Europeană, mass-media internaţională şi cancelarii ale unor ţări mai mult sau mai puţin prietene.

Eticheta de criză politică este, astfel, mult mai întemeiat aplicabilă guvernării 2005-2008 decât perioadei care urmează ultimelor alegeri parlamentare. Toate componentele crizei deja amintite, de la abandonarea politicii de către electorat şi până la supremaţia relaţiilor de tipul marketingului politic între politicieni şi populaţie asupra relaţiilor de tip politic, pot fi considerate doar efecte ale crizei care a bântuit elita politică românească în ultimii patru ani sau, poate, în ultimii 12 ani. Trebuie să facem o diferenţă foarte clară între o criză a politicii şi o criză a elitei politice, chiar dacă ultima poate, în multe cazuri, să o genereze pe prima. O criză a elitei politice este o problemă internă a acesteia care poate sau nu să se „reverse" asupra societăţii şi, în bună măsură, tocmai o asemenea „revărsare" a avut loc în 2005-2008. Dar o criză a elitei politice se rezolvă relativ simplu, prin mult dorita şi trâmbiţata „reformă a clasei politice", asumată programatic atât de preşedintele Traian Băsescu, cât şi de unele partide politice şi de susţinători civici ai acestora. Iar în acel moment, orice efecte care ar putea să conducă la o criză a politicii sunt automat eliminate şi societatea, ca şi statul reintră în normal. Invers, o criză a politicii este un fenomen mult mai grav şi mai profund. Criza politicii are drept principal conţinut incapacitatea elitei politice de a guverna societatea. Între societate şi politică şi, uneori, între politică şi stat se dezvoltă rupturi sau clivaje care fac actul de decizie politică complet ineficient. Într-o asemenea situaţie, societatea se mişcă autonom, în vreme ce politicienii „se joacă" în curtea instituţiilor guvernamentale aproape fără efecte semnificative asupra vieţii oamenilor, evoluţiilor economiei şi schimbărilor care au loc în societate. O asemenea situaţie a apărut în ultimii ani ai guvernării CDR-PD şi a avut efecte atât de grave, încât a fost nevoie de apelul la o guvernare tehnocrată pentru a menţine lucrurile sub control în scurta perioadă care mai rămăsese (ianuarie--noiembrie 2000) până la alegerile generale. Acestea au rezolvat criza prin reorganizarea clasei politice începând cu 2001, pe baza rezultatelor obţinute în alegeri.

Exact acelaşi lucru pare să se întâmple şi acum. Da, am avut o criză a elitei politice vreme de patru ani. Da, ea a produs efecte capabile să genereze aproape o criză politică, adică o criză a guvernării societăţii. Da, campaniile electorale din 2008 au amplificat şi au radicalizat rupturile din interiorul elitei, ca şi dintre instituţiile statului. Dar rezultatul alegerilor din 2008 pare să fi condus la o

rezolvare a crizei elitei politice printr-o nouă organizare a acesteia, având în centrul său neașteptata alianță la guvernare între PD-L și PSD. Elita politică pare să fi învățat lecția propriei crize din ultimii patru ani și să o fi depășit.

Chiar dacă vârfurile politicii românești nu s-au schimbat radical în urma alegerilor, modificarea importantă a avut loc la nivelul relațiilor dintre ele, dintre tabere și, în consecință, dintre instituțiile statului. Alianța la guvernare dintre PD-L și PSD a anulat și conflictele dintre președinte-guvern-parlament, și fărâmițarea instituțiilor statului și ale administrației, și caracterul ireductibil al luptei dintre taberele politice și a fost folosită cu abilitate de lideri pentru a atenua semnificativ inclusiv conflictele din interiorul partidelor. Ar trebui mai degrabă să fim optimiști și să ne așteptăm, precum în perioada 2001-2004, la o revigorare a politicii. Din păcate, datele empirice pe care le avem până acum nu justifică un asemenea optimism. Ele ne dovedesc că depășirea crizei elitei politice a amplificat, în loc să diminueze, criza.

2. *Criza politicii*

Mecanismul normal al conducerii unei societăți a rămas neschimbat de la apariția statului și până acum și este foarte simplu. Într-o primă etapă, societatea (cea mai influentă parte a ei, iar într-o democrație, totodată și cea mai numeroasă) legitimează drept conducători politici un grup de politicieni, printr-un mecanism acceptat în societate, de exemplu, alegerile. În a doua etapă, în virtutea acestei legitimări, consacrată prin legi, aceștia politicieni preiau conducerea instituțiilor statului. În a treia etapă, ei folosesc instituțiile statului pentru a orienta resursele societății, eforturile și comportamentele populației către obiectivele politice pe care le definesc. Criza politicii apare atunci când, în acest mecanism, una sau mai multe verigi încep să nu mai funcționeze. Rezultatul este dramatic. Societatea, în loc să se unifice în jurul unor obiective politice dominante, începe să se destrame în grupuri mai mari sau mai mici care își rezolvă singure, pe cont propriu și indiferente la obiectivele celorlalte grupuri sau comunități, mai bine sau mai puțin bine, propriile probleme.

Primul semn important al crizei politicii este dispariția obiectivelor politice naționale. Dacă avem de-a face, simultan cu criza politicii, cu o criză a elitei politice, atunci obiectivele politice naționale dispar pentru că elita politică conducătoare este incapabilă să le formuleze și să le comunice în mod convingător

populaţiei[1]. Este ceea ce s-a întâmplat în România după încheierea negocierilor de aderare la UE în 2004. Până atunci, obiectivul politicii naţionale fusese integrarea în Occidentul dezvoltat, iar politicile guvernamentale fuseseră subordonate cerinţelor occidentale pentru acceptarea acestei integrări. Începând cu 2005, acest obiectiv a fost atins şi marea sarcină ce revenea clasei politice era să inventeze unul nou. Nu şi-a îndeplinit această sarcină şi, în consecinţă, de atunci şi până acum, politica românească a fost lipsită de obiective naţionale. Ceea ce a favorizat afirmarea obiectivelor de politică locală. Centrul de greutate al politicilor s-a mutat la nivelul autorităţilor locale şi aşa se face că, în sondajele de opinie, înregistrăm o mai mare încredere a populaţiei în primari decât în guverne. Dar situaţia elitelor politice locale nu este mai fericită decât cea a politicii naţionale şi, în locul politicilor locale sau comunitare, ne alegem cu o societate în care predomină soluţiile individuale, iar politica se diminuează până la dispariţie.

Al doilea semn important al crizei politicii este înlocuirea criteriilor politice ale deciziilor de guvernare cu criterii tehnice. Este momentul în care începe dominaţia tehnicienilor administraţiei şi ai conducătorilor instituţiilor statului asupra politicienilor. În politica românească recentă, acest moment a fost declanşat de constituirea alianţei de guvernare dintre PD-L şi PSD. Alianţa chiar a fost justificată printr-o asemenea necesitate, de recunoaştere a superiorităţii tehnicităţii asupra politicii, şi a echivalat cu renunţarea, de către cele mai mari două partide politice, la obiectivele politice promovate în timpul campaniei electorale şi la orice iniţiativă care nu este aprobată de tehnicienii pe care politicienii erau bănuiţi că ar trebui să îi conducă. Din acest moment, politica nu mai putea decât să fie mimată – şi a fost –, dar într-un registru mai degrabă fantezist, precum proiectele de modificare a codului fiscal, de reducere a personalului din administraţie sau de reducere a sporurilor salariale pentru categoriile favorizate de bugetari. În final, aflaţi în incapacitate cvasitotală de guvernare, trio-ul Preşedinte – PD-L – PSD a abandonat guvernarea României unei instanţe internaţionale – FMI –, revenind astfel la situaţia „fericită" de dinaintea aderării, când o instanţă externă fixa obiectivele naţionale şi îşi asuma responsabilitatea

1. Dacă avem de-a face cu situaţia în care societatea respinge obiectivele politice naţionale propuse de elita politică – cazul comuniştilor după 1985 –, atunci criza politicii are loc în lipsa unei crize a elitei politice.

lor, iar rostul clasei politice se reducea la a decide cum se împart, în interiorul elitelor şi între ele, beneficiile guvernării.

Această criză a politicii a sesizat-o populaţia înaintea comentatorilor, analiştilor şi, mai ales, înaintea liderilor politici autohtoni. Iar răspunsul este declanşarea efectelor „clasice" ale crizei. Primul efect este deja stabilizat şi constă în renunţarea de către populaţie la participarea politică. Al doilea efect este deja declanşat şi constă în sustragerea populaţiei de sub guvernare. Atât deciziile guvernării, cât şi acţiunea administrativă devin tot mai puţin eficiente, iar guvernarea tot mai puţin capabilă să-şi atingă obiectivele anunţate. În cazul în care nu are loc nici o „reparaţie", următoarele două efecte îşi aşteaptă rândul. Din experienţă istorică, ştim că ele sunt, gradual, conflictualizarea relaţiilor dintre grupuri şi comunităţi, iar, apoi, ridicarea societăţii împotriva statului. Amândouă au deja un început la nivelul ideologiilor cotidiene. Pasul următor, care este mai bine să nu fie atins, ar consta în politizarea lor.

Dar crizele politicii au soluţii şi în interiorul sistemelor. Ele constau, simplu, în repolitizarea guvernării, adică în asumarea de către elita politică naţională a unor obiective politice acceptabile pentru societate. La urma urmei, i se asigură un număr impresionant de privilegii de status, imagine, prestigiu şi, nu în ultimul rând, de venituri. Iar cel mai simplu şi la îndemână dintre toate obiectivele este dezvoltarea.

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anexe

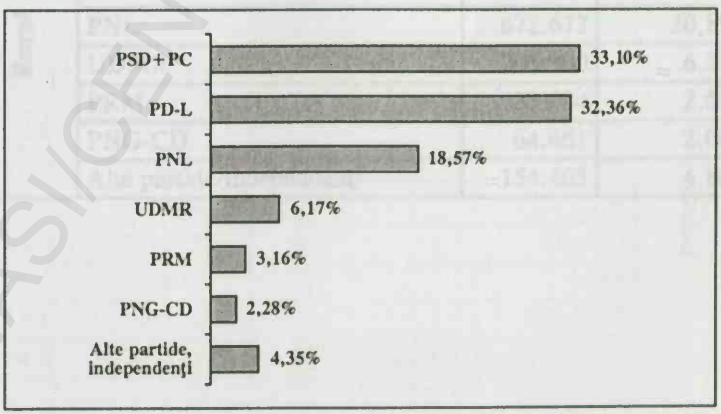
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anexa I. Rezultatele oficiale ale alegerilor parlamentare din 2008

Rezultatele oficiale ale votului pentru Camera Deputaţilor 2008

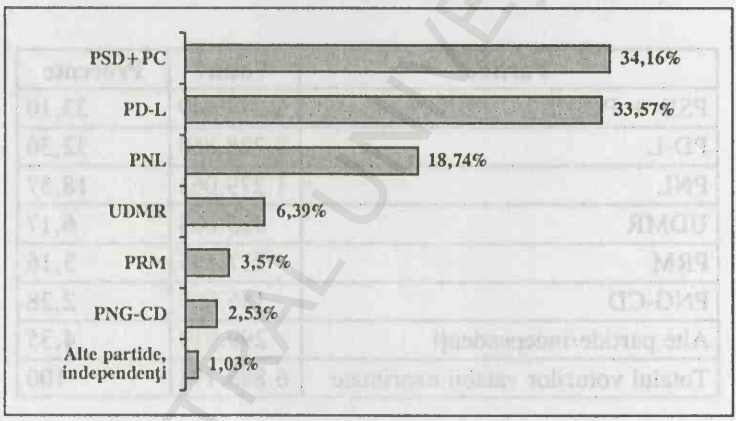
Partide	Voturi	Procente
PSD + PC	2.279.449	33,10
PD-L	2.228.860	32,36
PNL	1.279.063	18,57
UDMR	425.008	6,17
PRM	217.595	3,16
PNG-CD	156.900	2,28
Alte partide/independenţi	299.919	4,35
Totalul voturilor valabil exprimate	6.886.794	100



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Rezultatele oficiale ale votului pentru Senat 2008

Partide	Voturi	Procente
PSD + PC	2.352.968	34,16
PD-L	2.312.358	33,57
PNL	1.291.029	18,74
UDMR	440.449	6,39
PRM	245.930	3,57
PNG-CD	174.519	2,53
Alte partide/independenţi	70.802	1,03
Totalul voturilor valabil exprimate	6.888.055	100

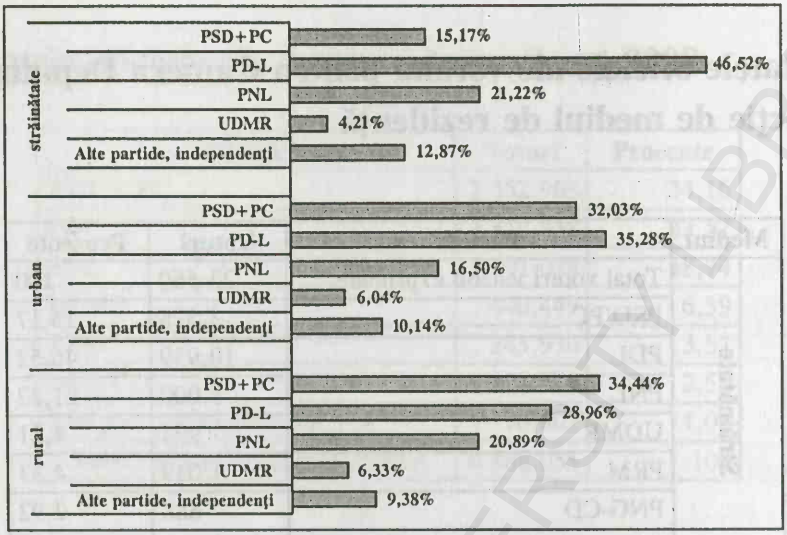


BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Rezultatele oficiale ale votului pentru Camera Deputaţilor în funcţie de mediul de rezidenţă

Mediul	Partide	Voturi	Procente
Străinătate	Total voturi valabil exprimate	23.560	100
	PSD/PC	3.575	15,17
	PDL	10.959	46,52
	PNL	5.000	21,22
	UDMR	993	4,21
	PRM	1.019	4,33
	PNG-CD	688	2,92
	Alte partide/independenţi	1.326	5,63
Urban	Total voturi valabil exprimate	3.643.865	100
	PSD/PC	1.167.216	32,03
	PDL	1.285.710	35,28
	PNL	601.391	16,50
	UDMR	220.115	6,04
	PRM	133.492	3,66
	PNG-CD	91.751	2,52
	Alte partide/independenţi	144.190	3,96
Rural	Total voturi valabil exprimate	3.219.369	100
	PSD/PC	1.108.658	34,44
	PDL	932.191	28,96
	PNL	672.672	20,89
	UDMR	203.900	6,33
	PRM	83.084	2,58
	PNG-CD	64.461	2,00
	Alte partide/independenţi	154.403	4,80

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

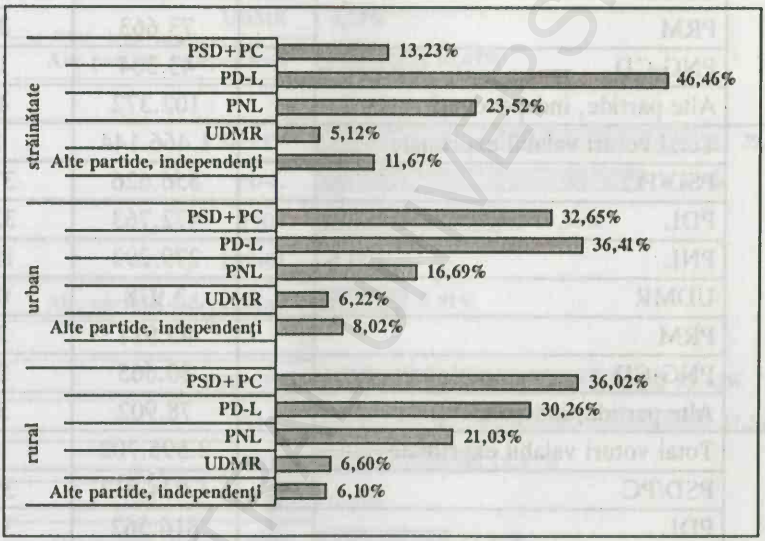


Rezultatele oficiale ale votului pentru Senat în funcţie de mediul de rezidenţă

Mediul	Partide	Voturi	Procente
Străinătate	Total voturi valabil exprimate	23.461	100
	PSD/PC	3.104	15,17
	PDL	10.900	46,52
	PNL	5.517	21,22
	UDMR	1.201	4,21
	PRM	1.759	4,33
	PNG-CD	717	2,92
	Alte partide/independenţi	263	5,63
Urban	Total voturi valabil exprimate	3.644.771	100
	PSD/PC	1190145	32,03%
	PDL	1327214	35,28%
	PNL	608477	16,50%
	UDMR	226678	6,04%
	PRM	149401	3,66%
	PNG-CD	100246	2,52%
	Alte partide/independenţi	42610	3,96%

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

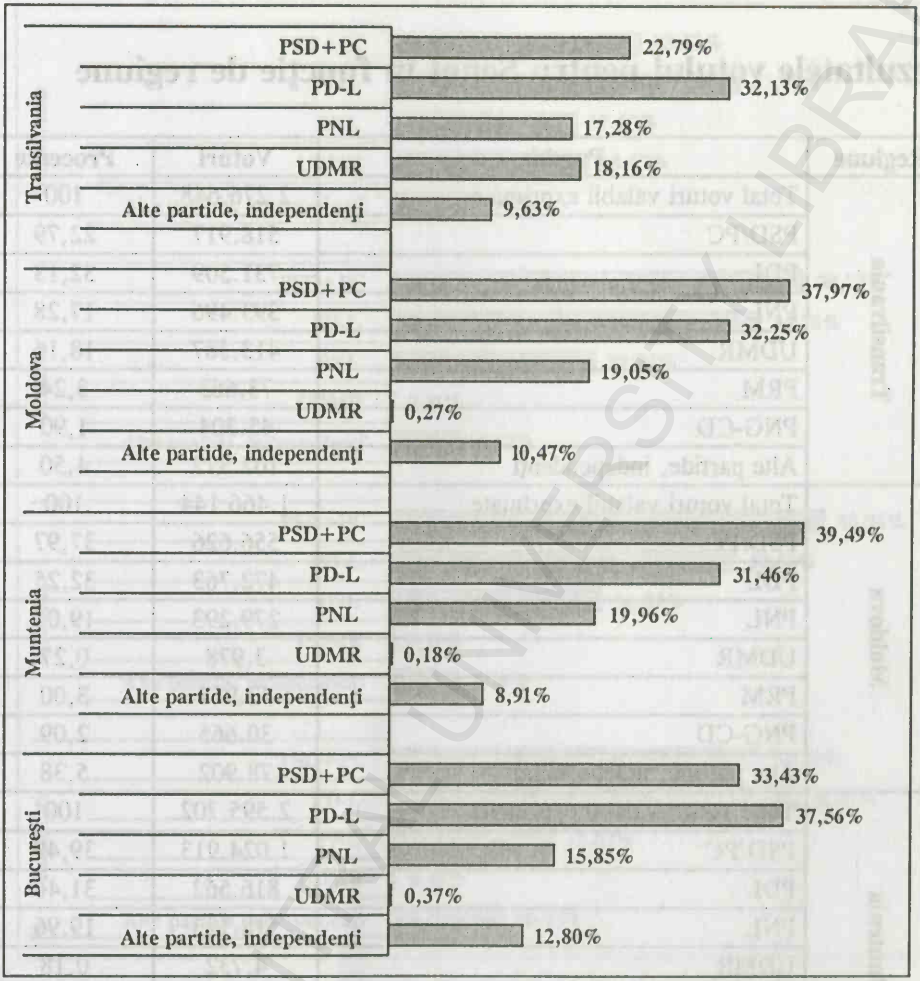
Rural	Total voturi valabil exprimate	3219823	100%
	PSD/PC	1159719	34,44%
	PDL	974244	28,96%
	PNL	677035	20,89%
	UDMR	212570	6,33%
	PRM	94770	2,58%
	PNG-CD	73556	2,00%
	Alte partide/independenţi	27929	4,80%



Rezultatele votului pentru Camera Deputaţilor în funcţie de regiune

Regiune	Partide	Voturi	Procente
Transilvania	Total voturi valabil exprimate	2.276.648	100
	PSD/PC	518.917	22,79
	PDL	731.509	32,13
	PNL	393.496	17,28
	UDMR	413.387	18,16
	PRM	73.663	3,24
	PNG-CD	43.304	1,90
	Alte partide, independenţi	102.372	4,50
Moldova	Total voturi valabil exprimate	1.466.144	100
	PSD/PC	556.626	37,97
	PDL	472.763	32,25
	PNL	279.293	19,05
	UDMR	3.978	0,27
	PRM	43.917	3,00
	PNG-CD	30.665	2,09
	Alte partide, independenţi	78.902	5,38
Muntenia	Total voturi valabil exprimate	2.595.702	100
	PSD/PC	1.024.913	39,49
	PDL	816.562	31,46
	PNL	518.123	19,96
	UDMR	4.732	0,18
	PRM	77.332	2,98
	PNG-CD	56.364	2,17
	Alte partide, independenţi	97.676	3,76
Bucureşti	Total voturi valabil exprimate	524.740	100
	PSD/PC	175.418	33,43
	PDL	197.067	37,56
	PNL	83.151	15,85
	UDMR	1.918	0,37
	PRM	21.664	4,13
	PNG-CD	25.879	4,93
	Alte partide, independenţi	19.643	3,74

BCU IAŞI CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

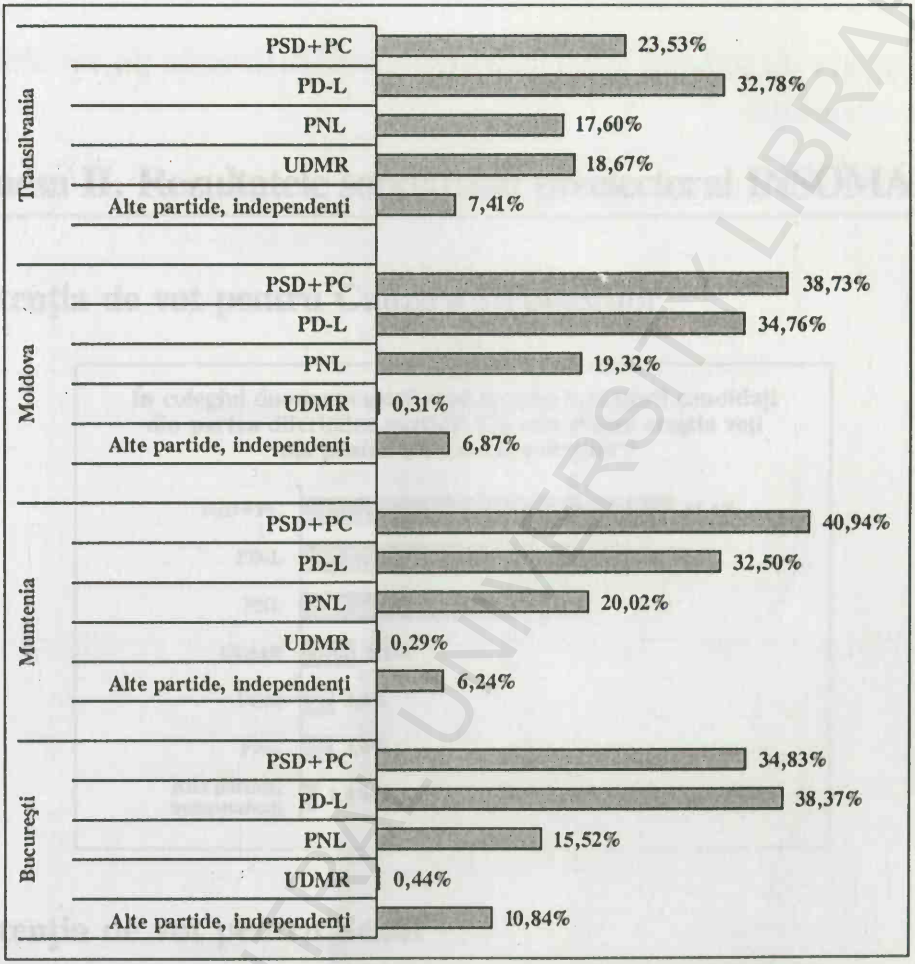


BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Rezultatele votului pentru Senat în funcţie de regiune

Regiune	Partide	Voturi	Procente
Transilvania	Total voturi valabil exprimate	2.276.648	100
	PSD/PC	518.917	22,79
	PDL	731.509	32,13
	PNL	393.496	17,28
	UDMR	413.387	18,16
	PRM	73.663	3,24
	PNG-CD	43.304	1,90
	Alte partide, independenţi	102.372	4,50
Moldova	Total voturi valabil exprimate	1.466.144	100
	PSD/PC	556.626	37,97
	PDL	472.763	32,25
	PNL	279.293	19,05
	UDMR	3.978	0,27
	PRM	43.917	3,00
	PNG-CD	30.665	2,09
	Alte partide, independenţi	78.902	5,38
Muntenia	Total voturi valabil exprimate	2.595.702	100
	PSD/PC	1.024.913	39,49
	PDL	816.562	31,46
	PNL	518.123	19,96
	UDMR	4.732	0,18
	PRM	77.332	2,98
	PNG-CD	56.364	2,17
	Alte partide, independenţi	97.676	3,76
Bucureşti	Total voturi valabil exprimate	524.740	100
	PSD/PC	175.418	33,43
	PDL	197.067	37,56
	PNL	83.151	15,85
	UDMR	1.918	0,37
	PRM	21.664	4,13
	PNG-CD	25.879	4,93
	Alte partide, independenţi	19.643	3,74

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

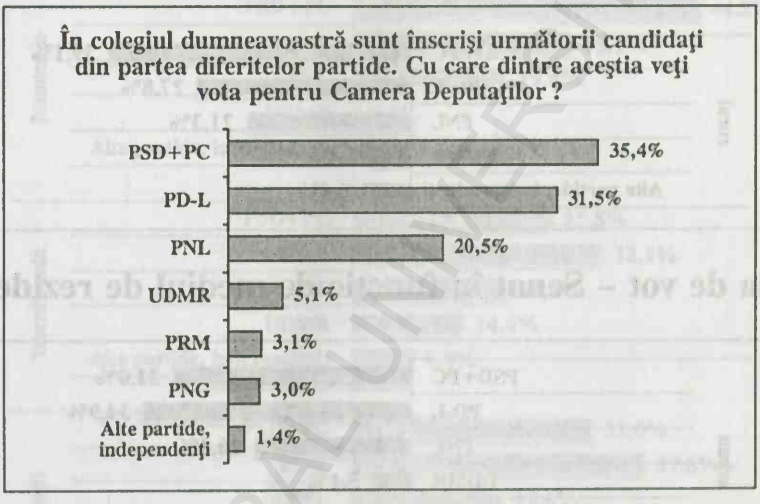


BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

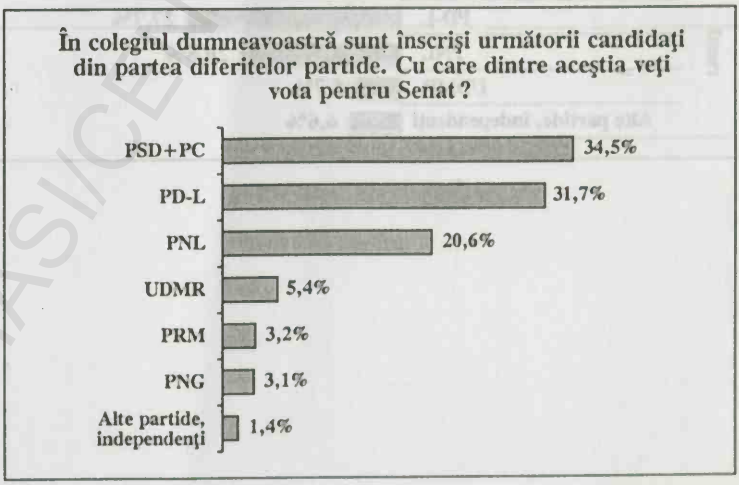
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anexa II. Rezultatele sondajului preelectoral INSOMAR

Intenţia de vot pentru Camera Deputaţilor

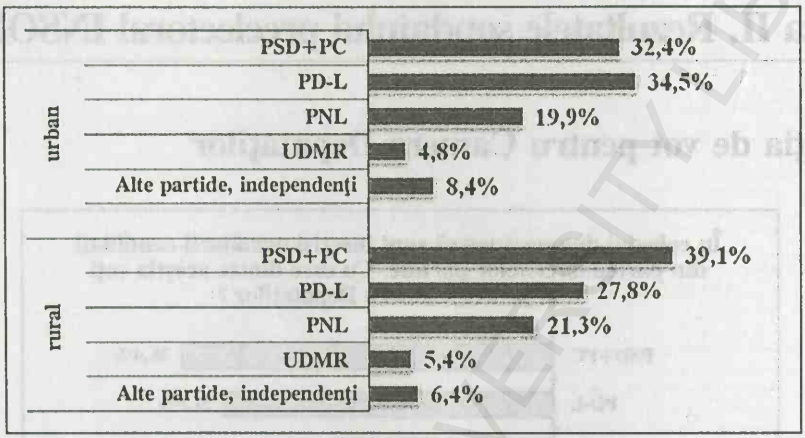


Intenţia de vot pentru Senat

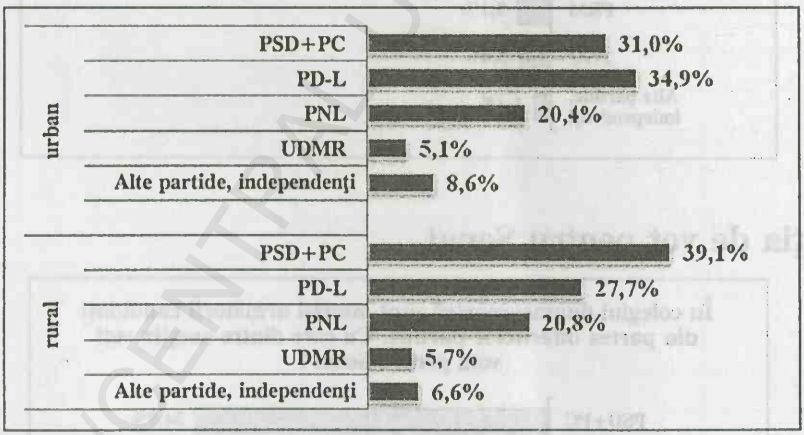


BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Intenţia de vot – Camera Deputaţilor în funcţie de mediul de rezidenţă

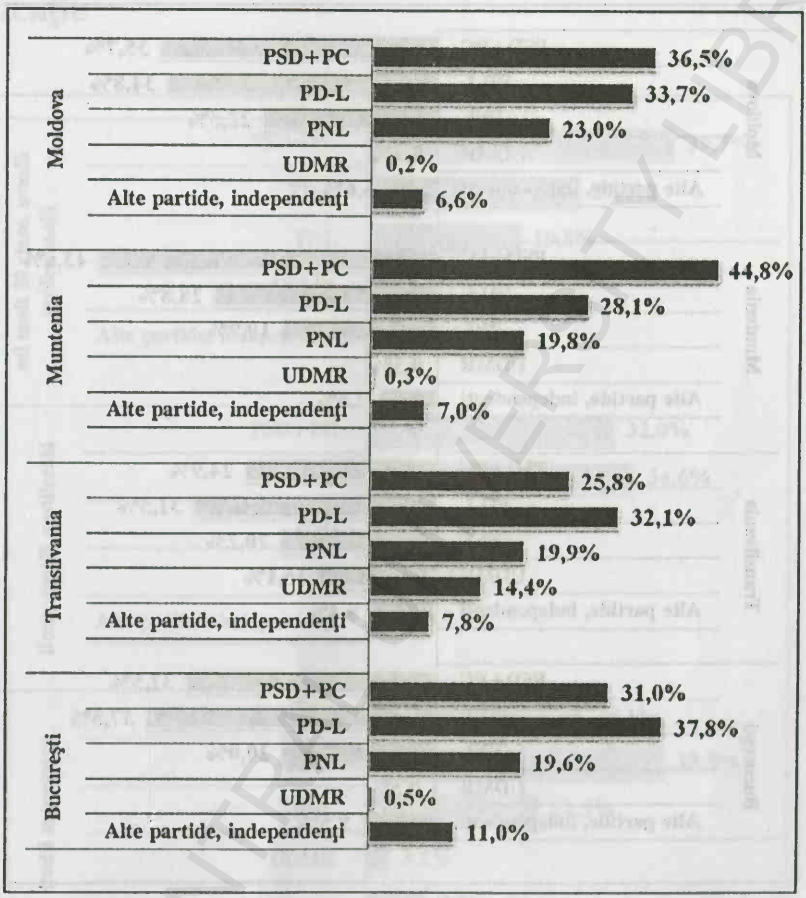


Intenţia de vot – Senat în funcţie de mediul de rezidenţă



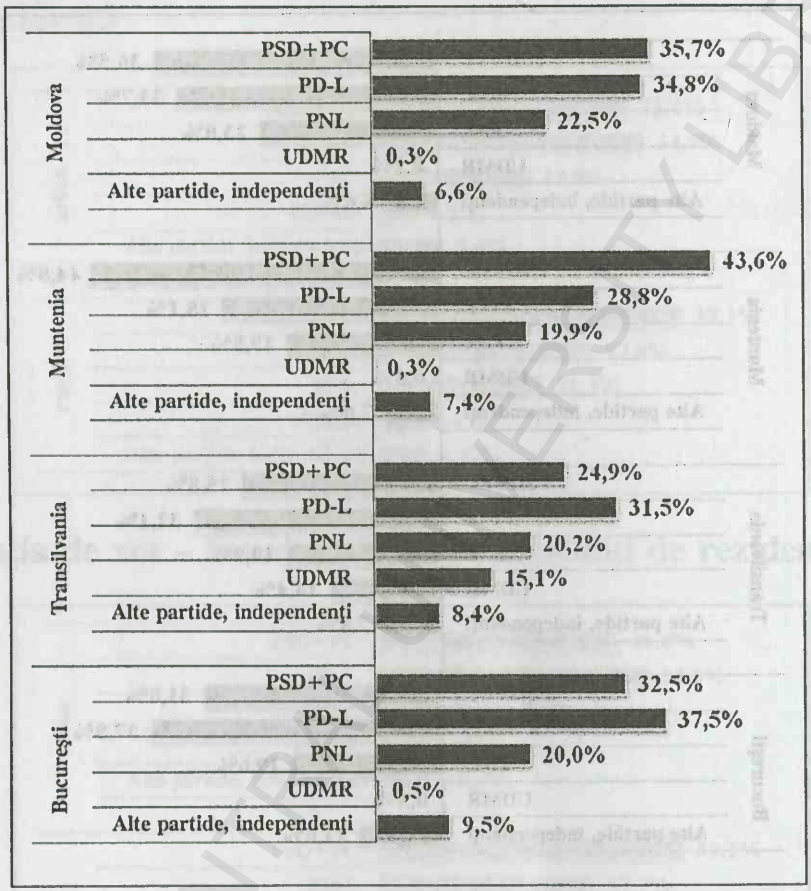
BCU IASI/BIBLIOTECA CENTRALA UNIVERSITARA LIBRARY

Intenţia de vot – Camera Deputaţilor în funcţie de regiune



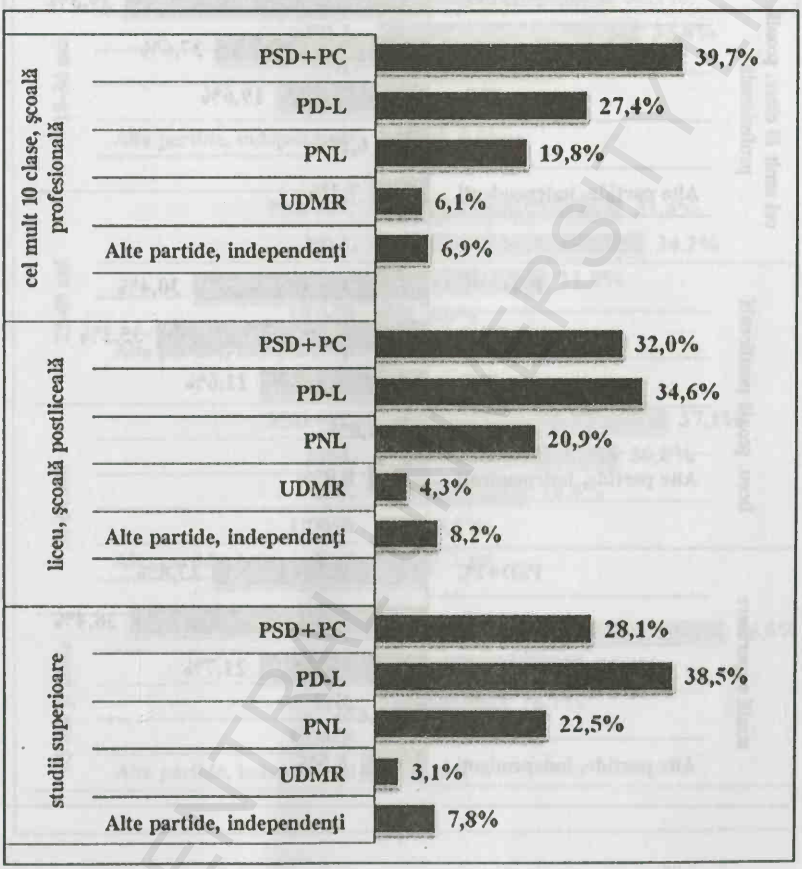
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Intenţia de vot – Senat în funcţie de regiune



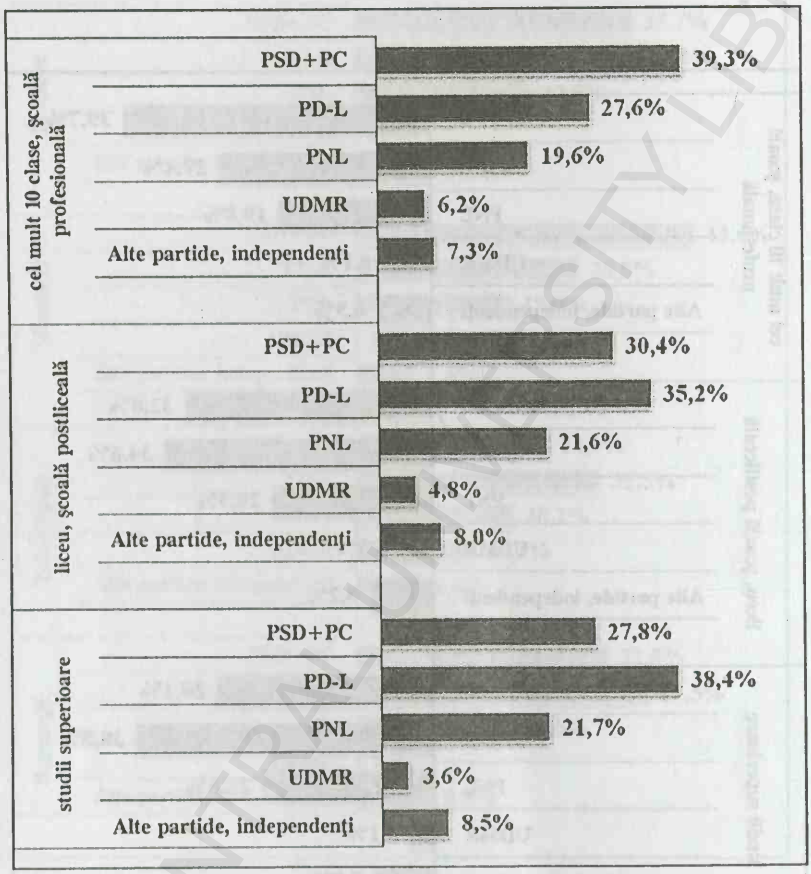
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Intenţia de vot – Camera Deputaţilor în funcţie de nivelul de educaţie



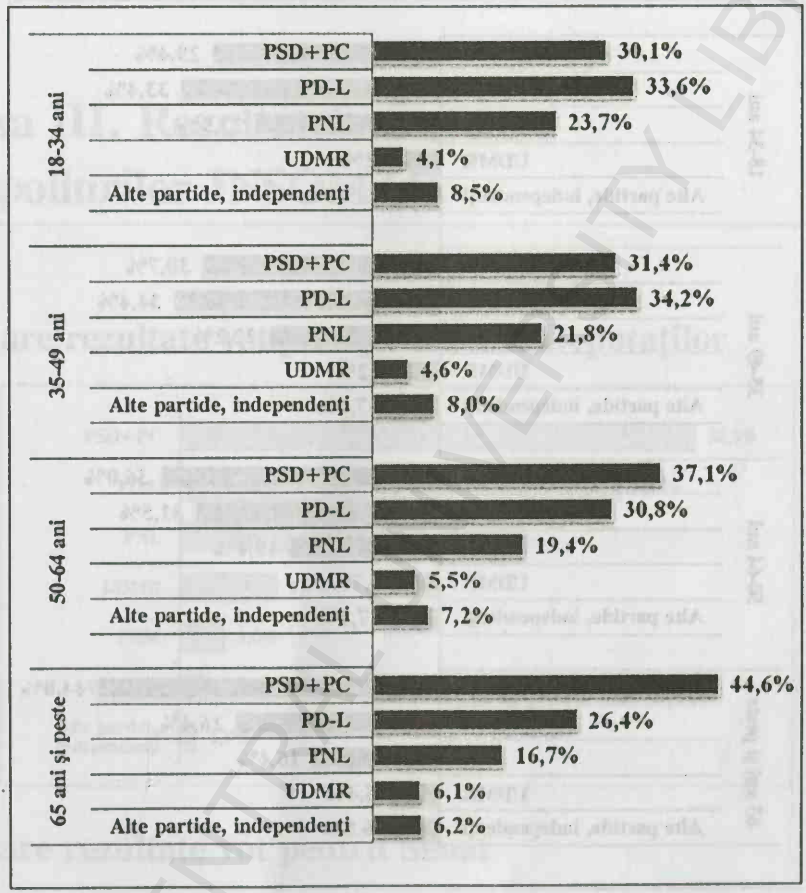
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Intenţia de vot – Senat în funcţie de nivelul de educaţie



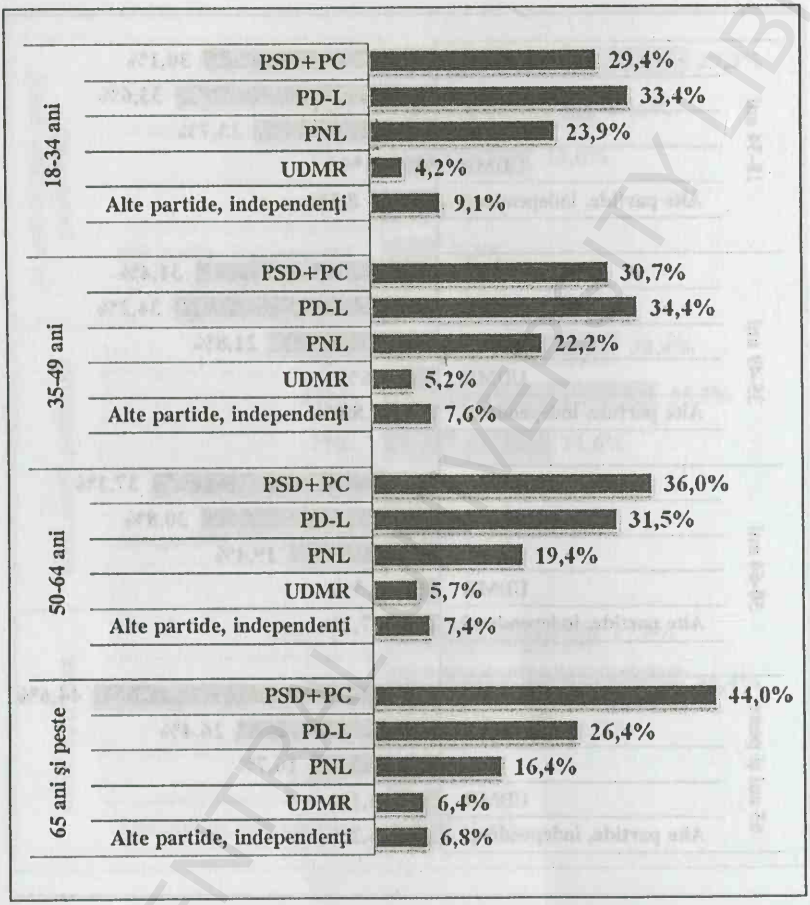
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Intenţia de vot – Camera Deputaţilor în funcţie de vârstă



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

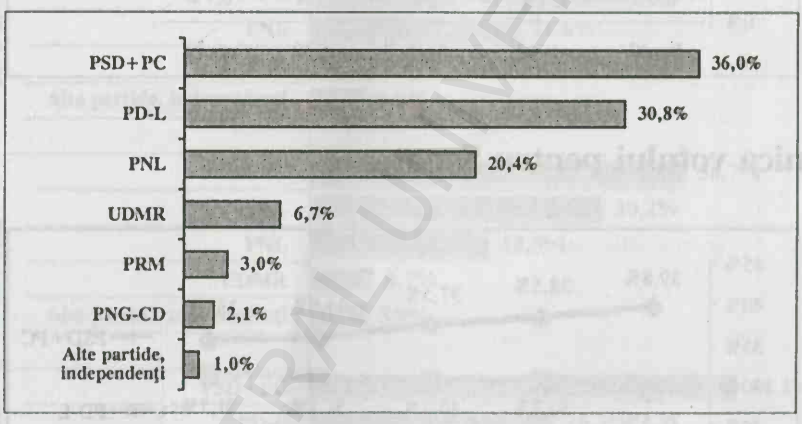
Intenţia de vot – Senat în funcţie de vârstă



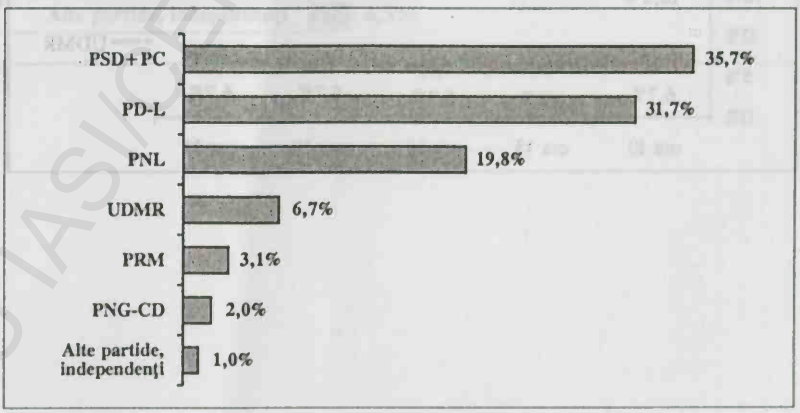
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Anexa III. Rezultatele exit-pollurilor INSOMAR

Estimare rezultate vot pentru Camera Deputaţilor

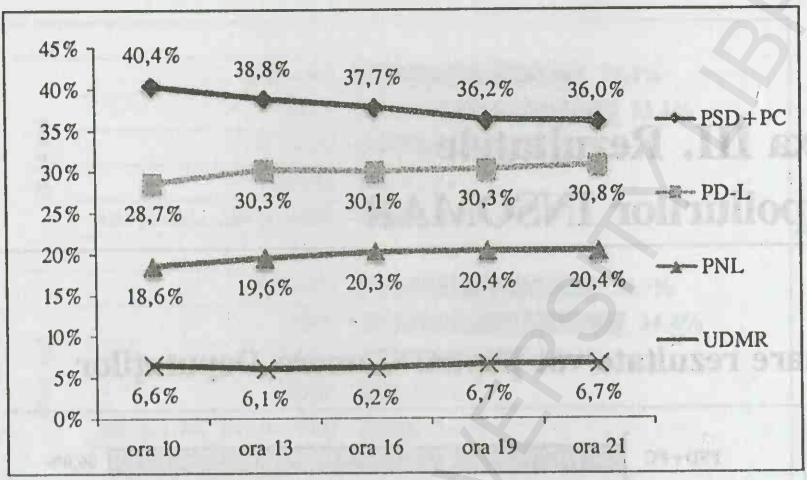


Estimare rezultate vot pentru Senat

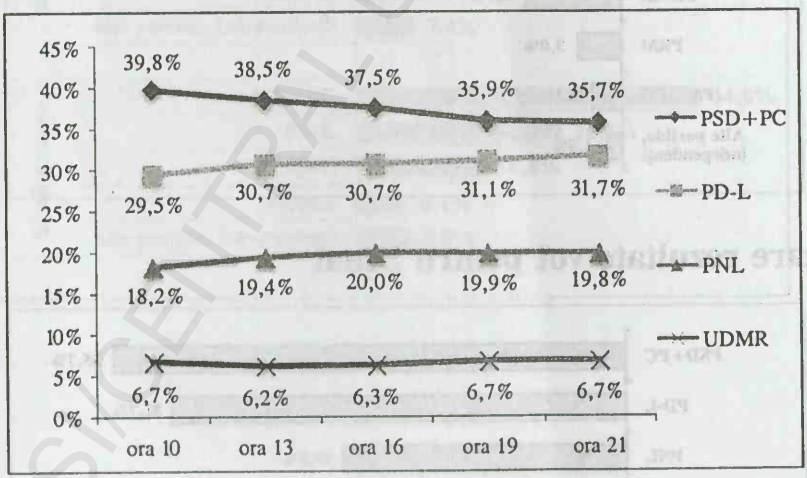


BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Dinamica votului pentru Camera Deputaţilor

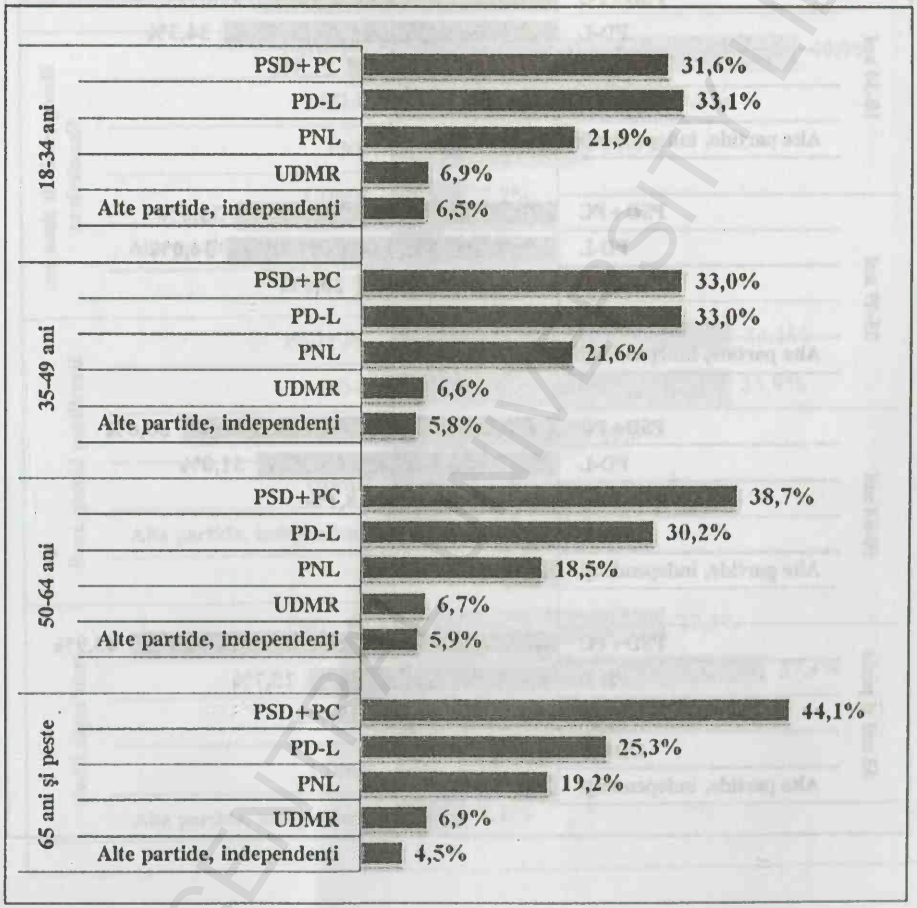


Dinamica votului pentru Senat



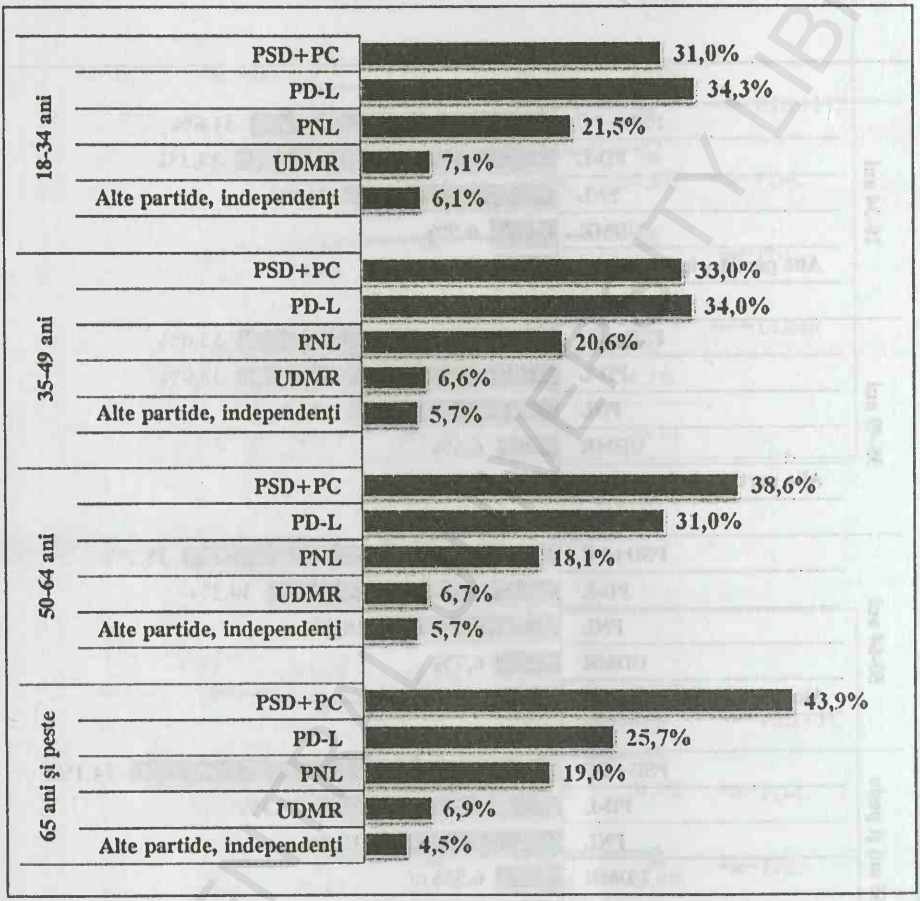
BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Estimare rezultate vot pentru Camera Deputaţilor în funcţie de vârstă



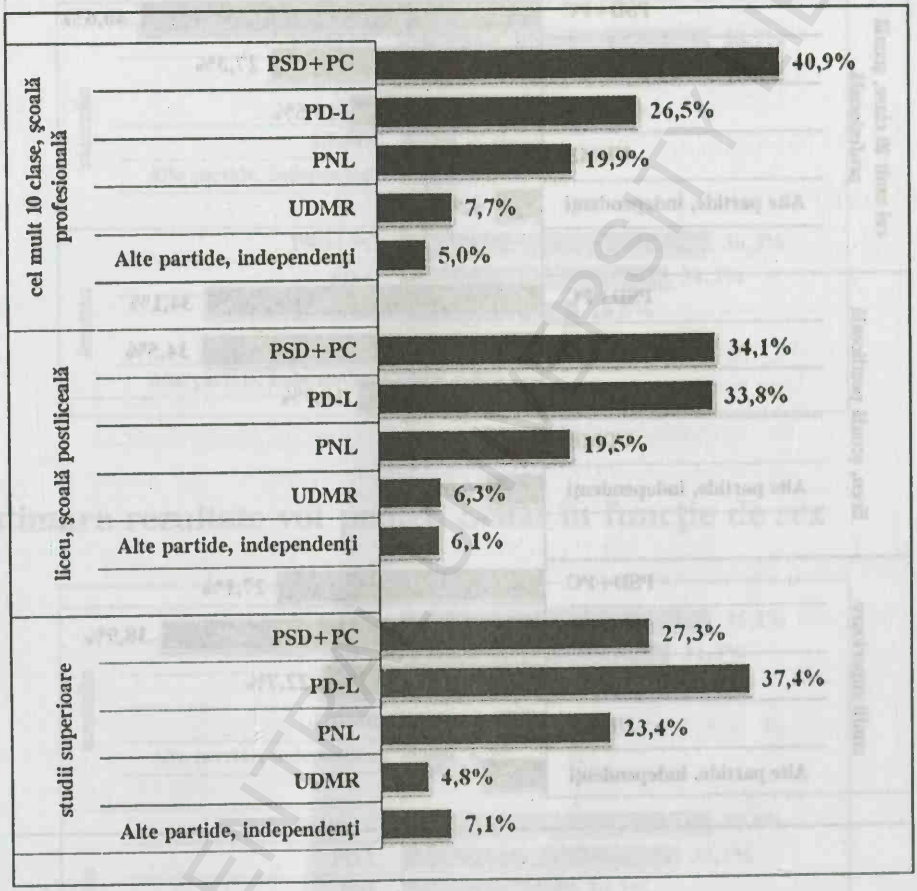
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Estimare rezultate vot pentru Senat în funcţie de vârstă



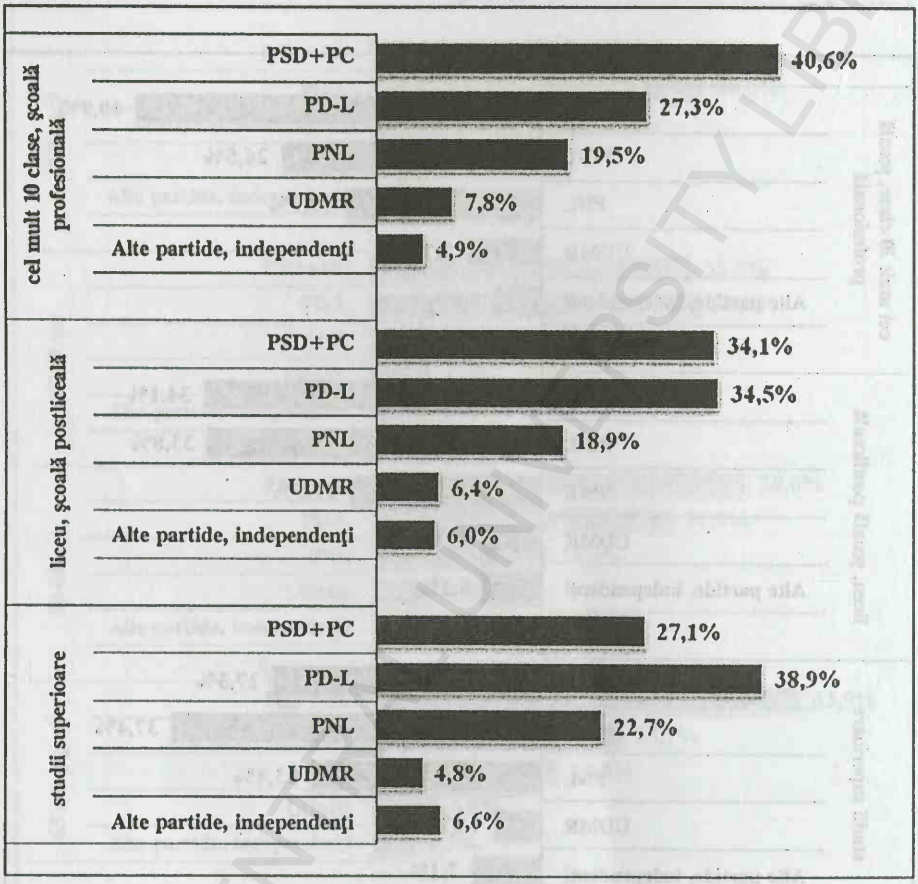
BCU IASI/CEU LIBRARY

Estimare vot Camera Deputaţilor în funcţie de nivelul de educaţie



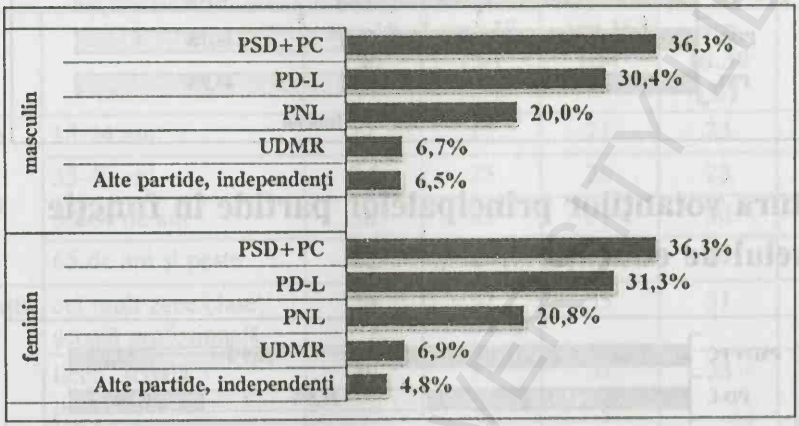
BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Estimare vot pentru Senat în funcţie de nivelul de educaţie

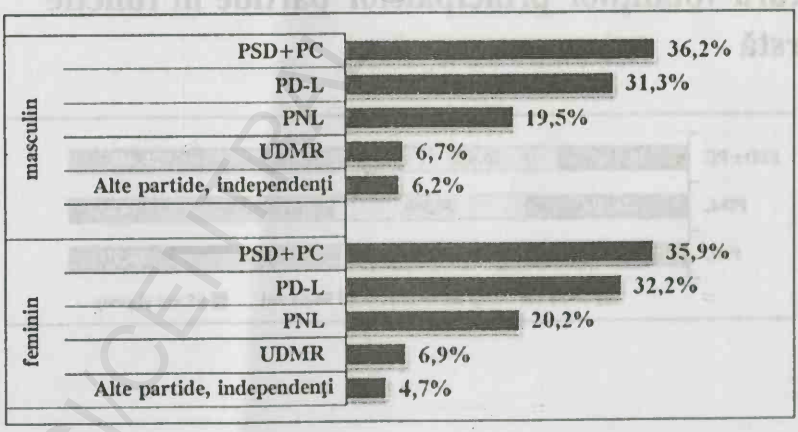


BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Estimare rezultate vot pentru Camera Deputaţilor în funcţie de sex

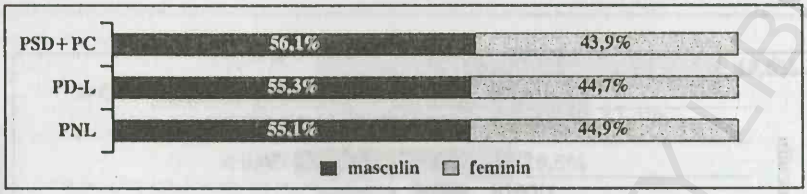


Estimare rezultate vot pentru Senat în funcţie de sex

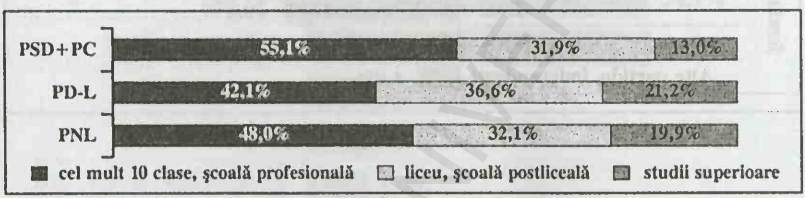


BCU IASI OPEN ACCESS UNIVERSITY LIBRARY

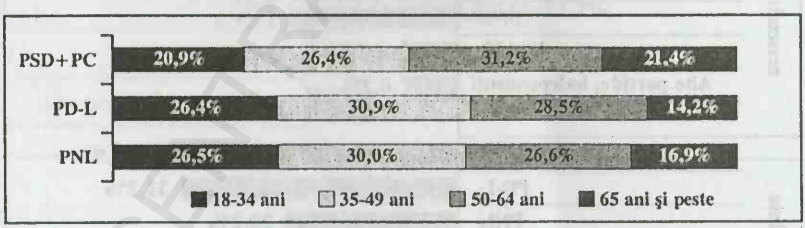
Structura votanţilor principalelor partide în funcţie de sex



Structura votanţilor principalelor partide în funcţie de nivelul de educaţie



Structura votanţilor principalelor partide în funcţie de vârstă



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Structura votanţilor la nivel naţional

		ora 10 (%)	ora 13 (%)	ora 16 (%)	ora 18.30 (%)	ora 21 (%)
Grupe de vârstă	18-34 ani	12	17	21	23	24
	35-49 ani	24	25	26	28	29
	50-64 de ani	36	33	31	30	29
	65 de ani şi peste	28	25	22	19	18
Educaţie	cel mult zece clase, şcoală profesională	56	52	53	51	50
	liceu, şcoală postliceală	29	31	31	33	33
	studii superioare	15	17	16	16	17
Sex	masculin	59	56	55	55	55
	feminin	41	44	45	45	45

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Index

A

absenteism electoral 14, 91, 101, 107, 172, 191, 193, 201, 217-218, 220-221, 224, 226-229, 232-233, 305, 318

actor politic 14, 16, 18-21, 35, 56-57, 60, 64-65, 71, 80, 115-116, 124-127, 129-130, 132, 137-138, 144-148, 159, 162, 183, 185, 193, 208, 213, 219, 221, 224-225, 257, 295-296, 298, 305, 323-324, 327, 336, 349-350

agenda publică 64, 73-74, 77-79, 81, 147, 211-214, 226, 306, 312

agenda setting 77, 147, 207, 214

agende 62, 144, 172

alegător 12-14, 21, 60, 64, 84, 89, 92-93, 96, 103, 105, 121, 132, 139, 146, 151-152, 172-173, 176-183, 185, 187, 190, 213-214, 237, 240-241, 243-244, 246-248, 250-254, 260, 266, 269-270, 272-275, 296, 298, 300, 305-306, 308-312, 314-315, 338-339, 348-349

alegere raţională 186

alegeri

parlamentare 56, 64, 68, 76, 85-88, 93-94, 105-108, 116-117, 119, 139, 152, 155, 157, 173-176, 178-181, 184-185, 189-190, 205, 209, 214, 217, 221, 223-224, 226, 228-233, 238-239, 245, 251, 269-270, 273, 294-295, 311, 315-316, 325, 331, 341-344, 347-348, 351, 357

prezidenţiale 19, 56, 68, 107-108, 119, 139, 190, 228, 251, 255-256, 270, 313, 316, 319-320, 327-328, 330-333, 335, 347

alternanţă la guvernare 105, 310, 326

America/SUA 43, 50, 66, 73, 190, 194-195

aşteptări 11, 35, 49, 51, 53, 75-76, 81, 89, 134, 144, 146, 172-174, 185, 212-213, 237, 296-299, 301, 307

B

balanţă comercială 34, 36, 39, 41

Băsescu, Traian 27, 56-57, 59-64, 69, 71, 97, 133, 143, 156, 159, 162-164, 166-167, 169, 183-184, 193-194,

BCU Cluj / Central University Library

197, 199-200, 202, 208-209, 211, 225, 240, 246, 248, 253-255, 261, 314-315, 317-318, 325-327, 329-332, 347, 351

C

calitatea datelor 278, 282
campanie electorală 12-15, 18, 20-21, 49, 51, 53, 61, 70, 74, 76, 88, 92, 101, 107, 115-116, 118-119, 122, 124-126, 128-131, 134, 137-139, 142, 144, 146-148, 153, 155, 173-174, 179, 193-194, 197, 207-215, 223, 237-238, 241, 249, 253, 257-261, 270, 296-301, 306, 309-310, 313-316, 336, 338, 342, 348-351, 353
campanii negative 243-244
candidat (independent) 155, 208, 237-238, 245, 247-250, 253, 259, 261, 347-348
capitalism 189-190, 195, 202
caracteristici personale 119, 151-152, 171, 239-245, 275, 283, 299
CATI 277-288
câştiguri salariale 26-27, 42, 45, 49-50, 353
centru 30, 44, 67, 86, 118, 120, 190, 193, 200-201, 277, 314, 317, 330, 352
cercetare
calitativă 146, 197, 291, 293-296, 298, 301
ştiinţifică 17-22, 348
charismă 174, 202, 220, 240-241, 249, 347
Ciorbea, Victor 253
circumscripţie 61, 64, 85, 93, 101, 121, 312
clasă politică 17, 19, 21, 55, 64, 67, 69, 91-92, 122, 134, 143, 171-172, 179-180, 183, 186, 221, 258, 318, 327, 335-336, 338, 346-347, 351, 353-354
clivaje 60, 88, 186, 309, 312, 351
coabitare 56, 60-62, 72, 202
coaliţie
de guvernare 57, 311, 313, 315, 317-319, 325, 328-329, 331-332, 335, 338, 344, 353
colegiu uninominal 92, 271
competitivitate (a sistemului de partide) 98, 103, 105-106
competitor (electoral) 92-93, 98, 101, 106, 108, 146, 155-156, 160, 174, 179, 221, 226, 238, 270, 316, 327, 351
competiţie politică 14, 51, 59, 88-89, 96, 105, 108, 159, 167, 174, 183, 238, 241, 249, 251, 253, 255, 260-261, 316, 327-328, 344, 350
confruntare (dreapta/stânga) 340, 344
consilii locale 208, 248-249
construct politic 173
criterii de convergenţă economică 29-31, 33-34, 52-53
criza
economică 31, 33, 36, 49-51, 76, 134, 137, 143, 148, 186, 189-190, 193-198, 201-202, 211, 313, 328
politică 71, 135, 335-338, 343, 345-346, 350-354
cultură civică 176, 182

D

datorie publică 30, 33-34
deficitul bugetar consolidat 33-34

definiţia socială a situaţiei 152, 218-219
dinamica de grup 293
dinamica votului 167, 185, 337, 341, 376
discurs
  civic 172
  politic 74, 76, 80, 91-92, 124-125, 137, 147-148, 172, 182-183, 186, 258, 260, 315
disproporţionalitate (sistemică) 96-99, 102-103, 108, 111
Dreapta 27, 59-60, 65-66, 69, 86-88, 129, 133, 136-137, 142-143, 148, 157-158, 167, 186, 190-192, 200-201, 238, 251-253, 255, 308, 326, 339-340

E

educaţie 47-48, 144-145, 152, 154, 156, 158-163, 165, 167-169, 184, 211-212, 214, 221-225, 229-232, 273, 283, 287, 299, 306, 342, 371-372, 379-380, 382-383
electorat
  activ 328, 340, 342, 345
  partidelor 151
elită politică (românească) 91, 233, 312, 337, 339-340, 342, 344-347, 349-354
elite conducătoare 192, 195, 202, 251, 257, 262, 336, 348
endorsement 120, 147
eroul antisistem 247-249
estimare 18, 20, 22, 30, 33, 35, 47-48, 59, 153, 157, 180, 193, 217-218, 221, 224-226, 228, 232-233, 266-275, 280, 283, 287, 314, 316, 323, 338, 375, 377-381
eşantion 19, 217, 226-227, 233, 265-274, 278, 284-287
europarlamentare 70, 119, 183, 327-329, 331, 343-344
evoluţii 20-21, 25, 32-35, 38, 41-42, 55-56, 59-60, 65-66, 71-72, 74-75, 78-80, 82-83, 95, 100-101, 103-107, 119, 138, 142, 151, 155, 158-159, 165-167, 180, 184, 186, 205, 245, 251, 258, 269, 305, 314-315, 318-319, 324-325, 335-337, 351
exit-poll 18-20, 153, 157, 166, 177-178, 197, 229-230, 270-275, 375

F

feedback 297, 299
focus-grup 197, 291-296, 298-301
fragmentarea electoratului 298
funcţionar de partid 253, 255-256, 259-262

G

Geoană, Mircea 57, 107, 118, 129-130, 132-136, 140-141, 159, 162-164, 194-195, 197-198, 202, 211, 225, 255-256, 259, 316, 319
Guvernul Tăriceanu 25-26, 36, 46, 57-59, 129, 134, 184, 336

H

Halaicu, Crin 252-253

I

identitate politică 63, 67, 237, 251, 256, 307-308, 312, 318

ideologie 17, 87, 166, 201, 243, 246, 257, 297, 308, 309, 345, 346, 354
imagine a candidatului 27, 64, 107, 118, 121-123, 143, 145, 162, 175, 182, 210, 233, 245, 247, 250-252, 257-261, 294, 298-300, 308, 318, 325, 330, 332
impact electoral 184, 214, 261, 296, 299, 328
indicatori de performanţă 53, 191, 192
indicatori macroeconomici 35
indicatori sociali 45
informare electorală 205, 274, 295
informare politică 166, 201, 205, 225
instituţii politice 17, 20, 21, 61, 82, 84, 174, 183, 345, 347, 350, 351
instituţii publice 27, 288
interviu 123, 195, 266, 270-273, 275, 277-285, 287, 293, 295
investiţii străine directe 34, 42-44, 49

Î

încredere în instituţii 62, 74, 82-84, 89, 346

K

Keynes 190, 202

L

leadership politic 175, 182, 296
lege electorală 18, 85, 93-94, 96, 101, 103, 106, 117, 171, 172, 209, 274, 340, 346
legitimare 18, 19, 141, 190, 183, 251, 257, 315, 335, 336, 349, 352
legitimitate 67, 69, 74, 82, 83, 96, 107, 124, 126-127, 130-134, 137, 140-141, 175, 190, 202, 217, 247, 305, 311, 335
lider politic 17-18, 20, 27, 56, 67-70, 74, 118, 140, 147, 159, 162, 164, 166, 167, 171-176, 179, 191, 194, 195, 197, 200, 210, 212, 214, 220, 237, 240, 247, 253-256, 259-261, 269, 308, 316, 318-319, 324-325, 327-328, 335, 337, 345-347, 352, 354
Lijphart 97
limbaj-acţiune 126
limbaj-critică 126-128, 130-131, 134
limbaj-decizie 126-128, 130-131, 133, 135
limbaj-disimulare 126-128
limbaj-justificare 126-128, 130
limbaj-promisiune 126-128, 130, 136
Lis, Viorel 245, 252-253
„locomotive" de campanie 68, 70, 107, 140
logică ideologică 327
logică pragmatică 327

M

majoritate 18, 48, 52, 56, 58, 60-64, 71, 74, 83, 85, 87, 89, 93, 96-97, 108, 118, 121-122, 129, 133, 138, 143-144, 146, 153, 173, 175, 192, 197-201, 206, 210, 213, 233, 239-241, 245, 247, 260, 278, 296, 311, 313, 317, 319-320, 326, 328-329, 331, 335-336, 338, 344-345
mandate 14, 26, 51-53, 56, 63-64, 69, 85, 93, 95-103, 108-111, 117, 129,

132-133, 139, 153, 158, 171, 174-176, 180, 185, 201, 239, 252, 254, 274, 296, 311-312, 315-319, 330, 347-348
marjă de eroare 31, 217, 266-267, 269, 273-274, 278, 285, 307
marketing
comercial 50, 115, 119, 143, 147, 256-257
politic 15, 115-116, 118-120, 124, 180, 256-257, 261-262, 307, 309, 348-351
mass-media 19, 22, 46, 55, 77, 82-83, 85, 122-123, 127, 141, 143, 147-149, 205-206, 214, 237-238, 245, 251, 258, 260-261, 301, 306, 329, 336, 346-347, 351
memorie colectivă 131-132, 298
metode de colectare a datelor 281, 283
mixt proporţional 85, 93-94, 108, 117, 121, 153, 296, 311
mobilizare 85, 108, 122, 157, 181, 197-198, 220-221, 227, 233, 262, 270, 306-307, 309, 317-319, 329, 331-332, 343, 348
modele de analiză a comportamentului electoral 19-20, 91, 178, 191, 275, 296, 341
moderator 291-295, 301
multipartidism 100-101

N

neoliberalism 186, 189, 195, 201
notorietate 46, 69, 70, 85, 92, 101, 121, 123, 149, 174-175, 178-179, 197, 245, 252, 260, 288, 296, 300, 316, 331, 347-348
număr efectiv de partide (NEP) 98-100, 102

O

obiectiv strategic 28, 52, 137-138, 141-143, 239, 251, 262, 313, 319
opinie 19, 22, 73, 78, 86, 107, 115, 118, 122-123, 131, 140-142, 146, 151, 155, 158, 166, 183, 206, 209, 212, 214, 217, 220, 226, 230, 232-233, 237, 242-244, 250, 259, 261, 265-270, 277, 291-292, 296, 298, 300, 315-317, 343, 345, 353
publică 13, 20, 25-26, 28, 52, 55, 64, 73-74, 139, 146, 172, 212-213, 217, 241, 252, 258 310, 312, 325, 347
opoziţie 27-29, 36, 49, 51-52, 56-59, 62, 71, 100, 124-126, 128-137, 147-148, 166, 180, 184, 192, 200, 238, 254, 259, 310, 313, 318-319, 323, 329, 331, 344, 346
Oprescu, Sorin 237-249, 253-254, 258-262, 332, 347
optimism social 75
orientări ideologice 86-89, 189
outliers 160, 162, 221
„outsider" 107, 237, 239

P

paradigmă 12, 116, 120, 147, 152, 160, 184, 189, 218, 258
parcurs generativ al semnificaţiei 125, 148
participare electorală 69-70, 95, 98, 105-108, 155, 194, 209, 214-215,

218-229, 231-233, 248, 256, 270, 305-306, 319, 331, 336-341, 343-345, 348
partide politice 12, 14, 18, 20-21, 25, 27, 36, 46, 49, 51, 56-59, 61-62, 64-72, 82-85, 87-89, 92, 96-108, 110-111, 116-122, 125-129, 131-144, 146, 148, 151-159, 162, 164-167, 171-176, 178-181, 183-185, 190-197, 200, 207-210, 212-214, 220, 222, 225-227, 233, 237-239, 241-262, 267-269, 271-272, 275, 293, 296-301, 305-320, 323-328, 330-332, 335-353, 357-362, 364, 382
partidism 61, 100-101
pensie 27, 29, 36, 45-46, 51, 52, 65, 83, 130, 133, 136, 142, 158, 160-161, 163-164, 169, 184, 198, 211-213, 223, 329, 342, 346, 349
„personaj politic" 237, 241-247, 249-261, 292, 294
politician 16, 18-19, 21, 52-53, 63, 68-70, 73-74, 77-78, 91-93, 96, 117-118, 120, 122-123, 127, 136, 147-149, 161, 175, 193, 198, 201, 206-207, 209-210, 212, 214, 221, 223-225, 229, 233, 239-240, 243, 252-254, 256-258, 261, 306, 335, 338-340, 346, 348-353
Popescu Tăriceanu, Călin 25-26, 36, 46, 51-52, 57-59, 62, 118, 129, 133-136, 140, 142, 164, 169, 184, 194, 197, 225, 320, 336
postcomunism 17, 107, 191-193, 201, 251, 256, 335, 348
precizie 265, 267, 272, 285-286
predicţie „28, 101, 175-176, 227, 269-270, 273, 325
preşedinte 55-64, 70-72, 97, 107, 118, 139-140, 156, 164-167, 169, 171, 183-184, 194, 198, 200, 211, 228, 242, 249, 251, 253-255, 273, 314-315, 317-318, 325-327, 329, 332-333, 335-336, 340, 347, 350-353
al Consiliului Judeţean 117, 174, 347
primar 117, 176, 237-238, 245-246, 254-255, 258-260
Primăria Capitalei 208, 217, 237, 239, 241, 244-245, 248, 251-256, 258-260, 347
probabilitate 14, 140, 197, 199, 217, 219, 224-227, 232, 265-267, 269, 275, 326, 336
productivitatea muncii 32, 42, 45
produs intern brut 26-27, 30, 34, 36-38
proporţie 42, 50, 70, 93, 106, 154, 156, 229, 241-242, 248, 267-269, 274-275, 326, 340
proporţionalitate 85, 92-94, 96-97, 101-103, 108, 117, 121, 127, 144, 153, 171, 185, 192, 206, 209, 266, 296, 307, 311, 332
public media 205
putere 25, 27-30, 35, 49, 53, 56-59, 63, 68, 70-71, 75, 82-83, 85, 89, 100, 107, 125-126, 128-137, 142, 145-149, 154, 158, 160, 163, 165, 174, 180, 183-185, 192, 194, 200-201, 206, 214, 240, 243, 248, 251-252, 254-255, 257, 309-314, 317-318, 320, 326-328, 330, 335, 339-340

R

rapoarte 82, 279, 283-284
rată dobânzii pe termen lung 30, 32-33
rată de participare la vot 98, 106-108, 193-194, 218, 305-306, 319
rate de schimb ale monedei naţionale 34
referenţi subiectivi 176
reformă electorală 91-92
regim politic (democratic) 71, 240-241
regresie logistică 12, 159-160, 162, 164, 220, 223
relaţie de putere 240, 252, 257
reorientări ideologice 56, 65, 67-71
reprezentativitate proporţională 171
responsabilitate 25, 28, 60, 71, 74, 129, 131, 139, 172, 191-192, 299, 317, 323, 325, 353
„resturi" (ale voturilor) 96, 103, 185
resurse umane 47, 134, 174, 261, 270
Roman, Petre 253, 318

S

sănătate 30, 48, 78, 141-142, 144-145, 184, 211, 259, 306, 333, 342
scenă politică 57, 62-64, 100, 118, 125, 134-136, 156, 159, 162, 166, 183, 218, 221, 225, 238, 313-314, 324, 326-327, 331
scrutin (majoritar) 61, 93, 311
secţii de vot 177, 182, 185, 266, 270-272
selecţie 91, 130, 135, 145, 173-175, 266-267, 278, 281, 287, 291, 295, 308, 349
shortcut informaţional 116, 129
sistem
de vot 61, 64, 74, 85-86, 89, 93-94, 108, 116-117, 147, 153, 173, 197, 201, 270-271, 274, 295-296, 300, 311
democratic 59, 64, 93, 141, 180, 239, 305, 316, 323-325, 338
electoral 85, 91, 93-94, 95-99, 101-103, 107-108, 111, 121-122, 294, 296, 311-312, 316
situaţie demografică 48
slogan 141-143, 259, 294, 298
socializare 219, 223
sondaj 18-20, 73-74, 86, 118, 122, 136, 140, 144-146, 151, 155, 158-159, 161-162, 164-167, 172, 178-179, 183, 185, 190-192, 196-200, 207, 209, 211-213, 217-218, 220, 224, 226, 228-233, 237, 242-244, 250, 258-261, 265-271, 273, 275, 277-278, 280, 282-288, 298, 315-317, 324, 343, 353, 367
reprezentativ naţional 217
spuriousness relationship 159
stabilitate a preţurilor 30-32
stare de spirit 73-76, 134, 214
stat 17, 26-27, 29-30, 32-34, 36, 46, 50, 52, 63, 67, 71, 75, 82-83, 105, 107, 145, 154, 172, 181-184, 189-190, 194-195, 201-202, 296, 299, 310, 317-318, 328, 333, 335, 337, 339, 345-347, 350-354
statistici oficiale 25-29, 48, 52, 208
Stânga 36, 59, 65-67, 69, 86-88, 136-137, 142-143, 148, 186, 189-191, 193-195, 198, 200-201, 251-253, 308, 317, 326, 339-340

strategie
discursivă 12, 115, 124, 126, 128-129
politică 116, 238, 254, 314
supraîncălzirea economiei 35, 45, 49, 51
susţinători activi 342, 345

Ş

şomaj 26, 46-47, 50-51, 80, 191-192, 194, 213

T

tipuri de votanţi 298-299
Tratatul de la Maastricht 29-30, 32

V

variabile dummy 159
volatilitate
electorală 98, 103-107, 191, 309
vot uninominal 21, 61, 85, 91, 93, 96, 101, 107, 116-118, 144, 149, 171-173, 179, 182, 185, 209, 214, 269, 271, 296, 315, 346

W

Weber, Max 240, 324

www.polirom.ro

Redactor: Cătălina Popovici
Coperta: Laurenţiu Midvichi
Tehnoredactor: Radu Căpraru

Bun de tipar: aprilie 2009. Apărut: 2009
Editura Polirom, B-dul Carol I nr. 4 • P.O. Box 266
700506, Iaşi, Tel. & Fax: (0232) 21.41.00; (0232) 21.41.11;
(0232) 21.74.40 (difuzare); E-mail: office@polirom.ro
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33,
O.P. 37 • P.O. Box 1-728, 030174
Tel.: (021) 313.89.78; E-mail: office.bucuresti@polirom.ro

Tiparul executat la S.C. LUMINA TIPO s.r.l.
str. Luigi Galvani nr. 20 bis, sect. 2, Bucureşti
Tel./Fax: 211.32.60, 212.29.27, E-mail: office@luminatipo.com

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Primul volum al *Alegerilor 2008* oferă informaţii detaliate cu privire la comportamentul electoral. Sunt prezentate şi comentate complexitatea metodologică şi tehnică a cercetării şi problemele de organizare, desfăşurare şi concretizare a ei, cu atât mai complicate cu cât factorul timp – viteza de obţinere şi comunicare a rezultatelor – este o condiţie extrem de restrictivă. Ultima parte este dedicată analizei politice, una dintre cele mai puternice tehnici de investigare a politicii. Toate materialele cuprinse în volum se bazează pe studii întreprinse de cercetătorii Institutului Naţional pentru Studii de Opinie şi Marketing (INSOMAR).

„Rar a avut politica românească mai multă nevoie de cercetare ştiinţifică decât în această perioadă marcată de incertitudine şi instabilitate globală. Şi aceasta deoarece schimbarea societăţii româneşti – greu de considerat o «posttranziţie» – continuă să se desfăşoare în ritm accelerat, dar transformările care au loc nu sunt neapărat cele pe care şi le-a propus clasa politică a societăţii şi uneori nici populaţia. Iar condiţia necesară a creşterii rolului cercetării ştiinţifice în decizia şi activitatea politică începe să fie însoţită de condiţia suficientă a conştientizării de către lideri şi instituţii politice a nevoii de cunoaştere ştiinţifică a propriei activităţi şi a societăţii pe care încearcă să o gestioneze."

Vladimir Pasti

Evoluţiile economice şi sociale în perioada 2005-2008 şi impactul lor politic • Percepţii sociale în perioada preelectorală • Particularităţile anului electoral 2008: „votul uninominal" şi accentuarea absenteismului • Factori cu incidenţă asupra votului • Absenteism electoral în România • Proiecţii electorale pentru 2009

EDITURA POLIROM
www.polirom.ro

ISBN (vol. I-II) 978-973-46-1415-8
ISBN 978-973-46-1416-5